



Luis García, Dirección Comercial – Canal Mediación de **International SOS** (en España SOS Seguros y Reaseguros, S.A. y SOS Assistance España, S.A.U.)

Los desplazamientos por trabajo pueden **DISPARAR** la contratación del seguro de Viaje

Muchos empresarios desconocen que existe un deber legal de protección a los trabajadores desplazados que pueden llevar aparejadas multas de 300.000 euros o incluso penas de cárcel para los directivos de empresas. Por eso, Luis García, Dirección Comercial - Canal Mediación de International SOS, está convencido de que “el mayor desarrollo del seguro de Asistencia en Viaje va a venir a través de los viajes de empleados y la obligación que tienen las empresas de cubrir los accidentes laborales de sus trabajadores fuera de España”.

El sector de los viajes es la tercera industria mundial. ¿Se puede decir que el desarrollo del seguro de Asistencia en Viaje va en relación a ese hecho?

No. Existe una concienciación mínima de contratación de seguros de Asistencia en Viaje, sobre todo aquí en España. Estamos muy lejos de lo que ocurre en los países nórdicos y anglosajones donde un 78% de las personas que viajan, contratan un seguro. Aquí estamos en algo más de un 20%.

Parece que el ramo de Asistencia en Viaje se ha comportado bien en 2016...

Sí, se ha crecido porque es un ramo que va muy ligado al comportamiento de la Economía. Parece que existe la sensación de que se puede gastar más dinero en ocio y turismo. En viajes de negocio, nuestra percepción es que también se ha producido un crecimiento.

¿Qué previsiones hay para 2017?

La perspectiva es buena si se consolida realmente el crecimiento económico y las empresas siguen con la internacionalización de sus negocios. Nosotros continuaremos con esta labor de educar a las empresas sobre el deber de protección a los empleados desplazados fuera de España, que es nuestro mayor foco de negocio. Nos queda mucho por hacer para equipararnos a los países anglosajones en concienciación de contratación de este tipo de seguros. Por eso, el posible negocio del seguro de Viaje está por desarrollar aún.

El hecho de que sea obligatoria la cobertura de los riesgos de los empleados desplazados viene bien al ramo...

Sí. Pero el problema es que no saben si lo tienen cubierto. Creen que el seguro incluido en la tarjeta de crédito es suficiente. Pero ante una demanda civil de un empleado que ha sufrido un

accidente de trabajo en el Congo, por ejemplo, ¿cómo vas a justificar ante un tribunal que llevaba un seguro de Viaje en la tarjeta de crédito? ¿Cómo estás cumpliendo el deber de protección de tu empleado con un seguro de tarjeta de crédito que no conoces qué cubre exactamente o en qué condiciones te lo cubre? No sabes ni cuándo son operativas, ni cómo acceder a ellas. Por eso es tan importante la formación que realizamos para que los directores de las empresas empiecen a tomar conciencia del riesgo que tienen. Hace poco ha habido una sentencia condenando a más de 300.000 euros a una empresa por no haber monitorizado un dengue. Eso puede hacer mucho daño a una pyme.

Parece que hace falta un gran nivel de concienciación...

Así lo hemos detectado en los cursos que hacemos con gerentes de riesgos de grandes empresas. Cuando les informamos sobre sentencias de tribunales condenando a las

empresas por responsabilidad al no cubrir los accidentes de trabajo a sus empleados en el extranjero, se quedaban sorprendidos. Los empresarios no saben que existe un deber legal que pueden llevar aparejadas incluso penas de cárcel para los directivos de empresas.

Por otro lado, nos encontramos con que la expectativa sobre el nivel de asistencia que obtendrán, es igual al del sistema de Seguridad Social que tenemos en España. Aquí te pones enfermo y tienes muchos centros sanitarios y hospitales a los que acudir. Eso en el Congo, por ejemplo, no es posible.

¿En qué sentido han cambiado los viajes profesionales en los últimos años?

La concienciación de la contratación de seguros de Viaje en España está muy lejos de lo que ocurre en los países nórdicos y anglosajones donde un 78% de las personas que viajan, disponen de uno



Un producto básico y fundamental para las empresas

En International SOS apuestan por concienciar a los corredores de seguros de que es un producto básico y fundamental. De hecho, Luis García, Dirección Comercial-Canal Mediación de International SOS, afirma que “en muchas corredurías de tamaño medio o pequeño se están produciendo relevos generacionales y se está dejando de considerar un seguro accesorio. Pero debemos seguir con la labor de formación porque me he encontrado con muchos corredores que no conocen el deber de protección de las empresas a sus empleados desplazados. Cuando se dan cuenta de su importancia, ven el seguro de Viajes desde otra perspectiva”.

Por eso, en International SOS quieren que el corredor les apoye en esta labor de formación a las empresas. “Que nos ayude a divulgar a qué se enfrentan las compañías cuando manda a un trabajador fuera de España. Queremos formar equipo con ellos en la comercialización del seguro de Viaje”.

Para ello, la aseguradora les ofrece

“formación, herramientas y productos a la medida para que puedan cubrir lo mejor posible los riesgos de viajes. Somos una empresa muy flexible en cuanto a garantías e intentamos adecuarnos a las necesidades de cada cliente del corredor. Somos muy ágiles, sobre todo a nivel de asistencia e intentamos comunicar e informar al mediador de los siniestros que tienen sus clientes. En definitiva, les aportamos agilidad tanto en la tramitación de siniestros, en la solución a su cliente, en productos, en trámites administrativos... Además, estamos constantemente desarrollando nuevas aplicaciones informáticas con el fin de que nuestros corredores den el mayor y más ágil servicio a sus clientes. También colaboramos con grandes compañías de asistencia cubriendo los riesgos de salud como marca blanca a sus asegurados en el extranjero”.

Cuando Luis García se incorpora a la compañía, el negocio que llegaba a través de corredores era prácticamente



mínimo. Pero poco a poco va creciendo y ya están colaborando con casi 400 corredores. “Del volumen que entra directamente a la compañía como International SOS y no como marca blanca, el negocio de corredores puede ser el 80%”, indica García.



Hace unos años, el viaje profesional era más de visita de directivos de la sucursal española a la central, que podía estar en Bruselas, en Londres... Ahora la mayoría de los viajes los realizan los profesionales técnicos (como ingenieros) a países complicados. Antes la sensación de necesidad de contratar un seguro era menor. Sin embargo ahora, si tienes que ir a Argelia, Irán, Brasil..., hay una sensación de estar en un país más inseguro, algo que hace que tengamos una mayor conciencia de la necesidad de este seguro de Viaje.

A esto se une que en las empresas se está produciendo un cambio generacional y las personas que empiezan a hacerse cargo de los departamentos de los Recursos Humanos están más concienciadas sobre el deber de protección a sus empleados desplazados. Precisamente ahí, el seguro de Viaje tiene un desarrollo aún muy grande como una herramienta más, no la única, para cumplir ese deber legal.

¿Hay productos a medida para Pymes?

En este momento estamos remodelando productos para adaptarnos a las necesidades concretas de las pymes. El desarrollo del seguro de Viaje va hacia una especialización todavía mayor, si cabe, a la que puede haber ahora mismo. La experiencia del cliente es lo que ahora marca el desarrollo de productos, porque éste espera tener algo muy específico para el viaje que está haciendo. Aunque los pilares sobre los que se monta un seguro de Viaje son siempre accidentes, equipaje, gastos médicos..., luego tienes que incorporar garantías precisas para el tipo de viaje que se realiza. Por ejemplo, a una empresa le puede interesar la sustitución del empleado que se pone enfermo.

¿Se puede decir que en los seguros de Viaje hay diferencia entre las pymes y las grandes empresas?

No, porque la necesidad que pueda tener una pyme cuando manda a un empleado fuera de España a desarrollar un determinado trabajo, es el mismo. Lo único que diferencia un seguro de otro es el tipo de trabajo que va a desarrollar, no el tamaño de la empresa.

¿Cómo ha influido al ramo la entrada de compañías generalistas?

Últimamente, se han incorporado a este ramo algunas grandes compañías de seguros generales que no lo habían comercializado antes porque consideraban que era un ramo para entidades especialistas. Su músculo financiero y económico es mucho mayor que el de una compañía mono ramo especialista y se han permitido ir a unas determinadas primas porque sus gastos internos son menores. Eso ha ocasionado una importante guerra de precios, sin reducir coberturas, porque estas han evolucionado a más.

¿En qué medida la innovación tecnológica está haciendo evolucionar este ramo?

El desarrollo tecnológico facilita la eficacia y rapidez en un ramo tan ligado a la asistencia a la persona. Para nosotros es importantísimo hacer un buen desarrollo en todo lo que tenga que ver con la comunicación (internet, apps, móviles...) porque agiliza nuestra labor.

En el tema comercial también tiene importancia porque prácticamente han desaparecido las agencias de viaje tradicionales. Ahora los viajes se contratan por Internet. Por eso es necesario que la contratación sea lo más sencilla y clara posible. Que exista la posibilidad de contratar un seguro a través del móvil mientras



La llegada de nuevas empresas a España tras el Brexit, puede influir positivamente en el ramo, porque suelen ser multinacionales y sus empleados viajan a menudo



El posible negocio del seguro de Viaje está por desarrollar aún

te estás subiendo a un avión porque se te había olvidado hacerlo antes.

El futuro pasa por utilizar las nuevas tecnologías para permitir que una persona acceda a sus siniestros y se pueda comunicar con la compañía de mil maneras diferentes, pueda contratar sus pólizas desde una App... Y sobre todo, darles productos que estén pensados específicamente para ese viaje en concreto que va a hacer.

¿Se está adecuando este seguro a las necesidades que plantea la economía colaborativa (entre los que estaría el intercambio de las casas en vacaciones con alguien de otro país)?

Continuamente estamos dándole vueltas a la creación de productos que cubran nuevas necesidades como cuando alquilas un apartamento o haces intercambio de casas. En esos casos, a las coberturas habituales de viaje surgen otras como los gastos de un hotel si por ejemplo has hecho una reserva de una determinada casa en París y cuando llegas, está inhabitable.

¿Cree que puede influir en el negocio de Asistencia en Viaje la llegada de nuevas empresas a España tras el Brexit?

Sí puede influir, porque suelen ser empresas multinacionales y sus empleados tendrá que viajar.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Asistencia en Viaje?

Fundamentalmente, tiene dos: Uno es concienciar a las personas de que es un seguro imprescindible cuando se realiza un viaje. En las empresas la concienciación es aún más importante por su deber de protección.

Por otro lado, aprovechar las tecnologías para solucionar adecuadamente los siniestros y hacerlo más fácil de utilizar.

Habla de concienciación, pero ¿qué se puede hacer en ese aspecto?

La base está en la formación para incorporar el tema del deber de protección de las empresas. International SOS está haciendo cursos y desayunos de trabajo en empresas para presentar y hacer ver esta necesidad.

International SOS ha mejorado su solución de seguimiento de viajeros el año pasado. ¿En qué consiste?

Travel Locator es un localizador de viajeros que, hasta ahora, se ponía a disposición de las empresas para que cada vez que contrataban un billete de avión o de otro tipo, en conexión con las centrales de reservas de viajes, pasaba inmediatamente a esta herramienta informática y se sabía en todo momento dónde estaban las personas desplazadas de la empresa. Antes, eso estaba limitado solo a las reservas que se hacían a través de una agencia de viajes pero qué ocurría con los viajes en coche o con los expatriados que residen fuera.

Ahora, esa herramienta se nutre con otros canales para hacerla más completa. Se puede entrar a ella y manualmente señalar un viaje que vas a realizar o poner la dirección en la que vives cuando eres expatriado. Está conectado con una app de móvil y te puedes poner en contacto con ellos cuando ocurre un desastre, por ejemplo. Además, para evitar que todas estas comunicaciones entren como spam, se ha contratado a la compañía internacional número uno de comunicaciones.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta International SOS al cliente?

Independientemente del tema económico para cubrir las reclamaciones, que cada vez son más frecuentes, aportamos la tranquilidad de estar cubiertos ante determinados gastos y ante posibles reclama-

ciones. Así como la solvencia de estar en el mayor grupo de asistencia en el extranjero y localmente pertenecer al Grupo Santalucía.

¿Qué ventajas ofrece a los corredores vender este ramo?

Es un producto relativamente fácil, técnicamente hablando, y no necesitan una preparación muy exhaustiva. Creo que es fundamental que el corredor empiece a informar a sus clientes empresas de este deber de protección que tienen con sus empleados desplazados. Por otra parte, es interesante para ellos porque tiene unos niveles de comisiones alto. Para los corredores además es un seguro relativamente cómodo porque el asegurado cuando tiene un siniestro llama directamente a la aseguradora a través de las centrales de asistencia. Por lo tanto, la intervención del corredor en un siniestro es menor que en otros ramos.

¿Es verdad que los seguros son muchos más modulables y flexibles para un corredor que para la venta online?

Sí es cierto, porque para alguien que no está familiarizado con los seguros es complejo enfrentarse a configurar su propio seguro. Por eso, en los productos de particulares que están en internet tenemos 3 opciones para que el cliente pueda elegir entre una más completa, una media y una inferior y son productos más cerrados.

Cuando hablamos de colectivos, en empresas, intentamos trabajar sobre el producto a medida. Tenemos un producto base y después se da cobertura a sus necesidades concretas. La realidad es que el corredor suele estar más en el negocio de empresa o colectivo donde somos más flexibles.

International SOS está fundamentalmente enfocada a temas del deber de protección de las empresas hacia el viaje profesional o corporativo

