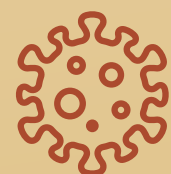




AFTERMATCH



**OCHO FACTORES DE RELEVANCIA SOCIAL PARA GUIAR A
LA INDUSTRIA ASEGURADORA TRAS LA PANDEMIA**

*estamos
seguros*

unespa

LAS SECUELAS DE LA PANDEMIA EN LA SOCIEDAD

¿Y AHORA QUÉ?

LA RELACIÓN DE LOS CLIENTES CON EL SEGURO TAMBIÉN HABRÁ CAMBIADO

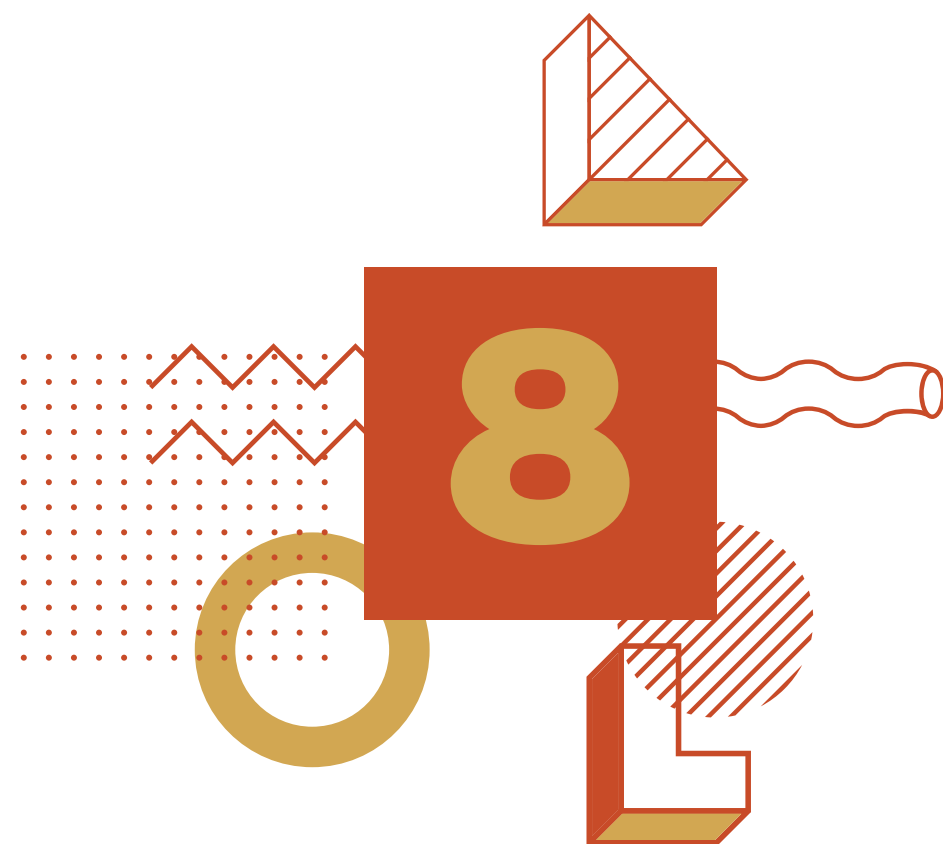
La COVID-19 ha trastocado el día a día de las personas. La vida cotidiana se ha visto alterada. Las consecuencias sanitarias, sociales, económicas y políticas de la pandemia son palpables. El seguro, una actividad estrechamente ligada al tejido social y productivo del país, también se ha visto afectado por este fenómeno.

El Comité Asesor de Innovación de UNESPA ha encargado a la consultora [Salveti Llobart](#) un informe que evalúe las consecuencias del coronavirus sobre la relación del seguro con la gente. Para la elaboración de este estudio se han realizado 1.500 horas de entrevistas con personas de perfiles diversos (edad, profesión, perfil socioeconómico...) residentes en distintas partes de España y con diferentes hábitos en la contratación de seguros.

Las conclusiones extraídas a partir de estos encuentros se han reunido en el informe [Impacto de la COVID-19 en las conversaciones](#).

Aftermask es un sumario ejecutivo de las tendencias identificadas en ese documento. Su función es servir de guía y arrojar algo de luz sobre las pautas que puede adoptar la industria del seguro en estos momentos de incertidumbre que, sin duda, superaremos. Estamos Seguros.





OCHO

CLAVES, CAMBIOS Y TENDENCIAS DE GRAN IMPACTO SOCIAL Y RELEVANCIA CULTURAL

“Ya nada volverá a ser como antes”.

Posiblemente es una de las frases más escuchadas desde el inicio de la pandemia. Quizá no sea rigurosamente cierto en todos los aspectos de la vida y, afortunadamente, muchas cosas sí volverán a ser como eran. Otras, en cambio, no.

Ex

ploramos estas claves para detectar las amenazas y las oportunidades que pueden presentarse en el mundo asegurador.



HOLA INCERTIDUMBRE. ADIÓS TRANQUILIDAD.

Nos hemos acostumbrado a vivir en un presente lleno de cambios y un futuro impredecible. Esto genera tensión e incertidumbre en las personas. La tranquilidad y la certeza son bienes escasos. Por lo tanto, cualquier contenido que nos sirva para reducir la incertidumbre y generar confianza será bien valorado.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

• TRANSPARENCIA

• EMPATÍA

• ESTABILIDAD



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Más esfuerzo en la comunicación para aportar tranquilidad y certeza.
- Innovación en productos y coberturas que protejan frente a nuevas amenazas y nuevos usos y costumbres.
- Revisión y refuerzo del trato humano.

BÚSQUEDA DE NUEVOS PROTECTORES

La gestión de la pandemia ha generado en la ciudadanía desconfianza y confusión, que se han sumado al sufrimiento social, económico y sanitario. La sociedad quiere y busca referentes de protección válidos. Es más importante que nunca ser eficaces, capaces, transparentes y saber demostrarlo.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

• **IMPLICACIÓN**

• **CERCANÍA**

• **COLECTIVO**



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Mejora de la atención al cliente y en la prestación de servicios.
- Refuerzo de las actividades de carácter social.
- Impulso de iniciativas de sostenibilidad que trasladen el propósito y la vocación de servicio de la compañía a la sociedad.

REVALORIZACIÓN DE LO HUMANO

Hemos sido conscientes del valor que tienen nuestros seres queridos, la familia y los amigos. Hemos experimentado el sufrimiento de una forma forzosamente deshumanizada, separados y en la distancia. Ahora, más que nunca, necesitamos volver a humanizarnos y poner en el centro a la personas. Demostrar cercanía, empatía y acompañamiento, ganas y vocación de ayudar a los demás.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

• FLEXIBILIDAD

• EMPATÍA

• CERCANÍA



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Nuevas oportunidades por la percepción del valor de los seguros de vida, salud y decesos.
- Políticas laborales que sitúen a la persona en el centro.
- Despliegue de servicios tecnológicos para mayores y personas con necesidades especiales.

SOLIDARIDAD COLECTIVA

Hemos aprendido a valorar cada vez más la solidaridad con los demás, especialmente con los colectivos más débiles y vulnerables. Valoramos especialmente el carácter altruista y los esfuerzos colectivos de las personas e instituciones que demuestran implicación y compromiso con causas que ayudan a mejorar a la sociedad. Darle visibilidad a estas acciones será especialmente importante.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

• CERCANÍA

• EMPATÍA

• COLECTIVO



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Desarrollar acciones sociales.
- Dialogar con el cliente para ser consciente de sus inquietudes y las necesidades de la sociedad.
- Contribuir a la reconstrucción del tejido social.

ACELERACIÓN DIGITAL FORZOSA

Las restricciones a la movilidad y la interacción social para contener la COVID-19 han acelerado la digitalización de costumbres y negocios. Se ha generalizado el trabajo a distancia, se ha disparado el comercio electrónico, la contratación digital de servicios, etc. servicios, etc. La brecha digital de aquellos que eran ajenos a las nuevas tecnologías se ha reducido (mayores usando video conferencias, aplicaciones de telepresencia, e-commerce, gestiones online, etc.).

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

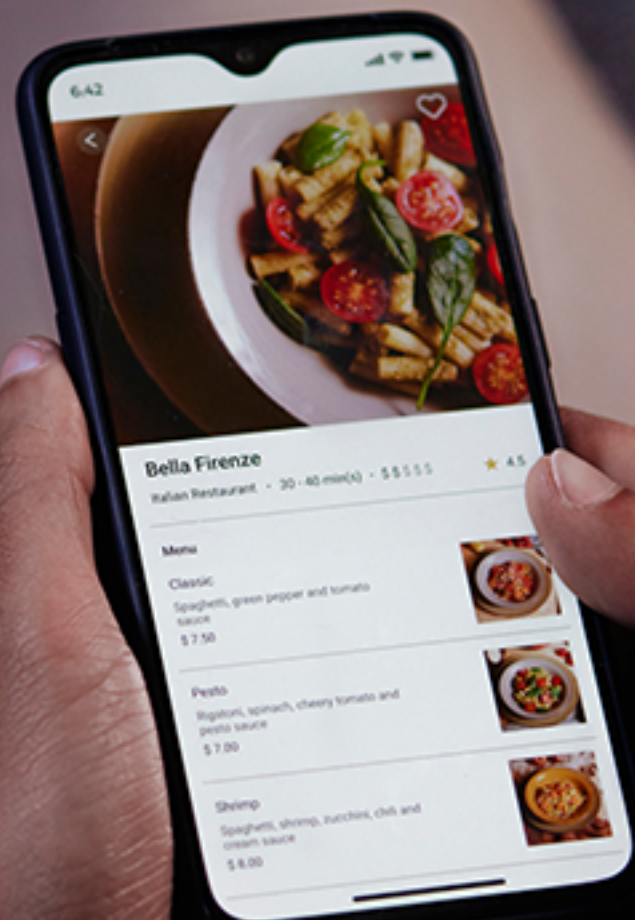
- **DIGITALIZACIÓN**
- **FLEXIBILIDAD**
- **CERCANÍA**



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Actualización digital: La digitalización se implementa durante todo el proceso, desde la contratación hasta la prestación del servicio.

TECNOLOGÍA PARA LA LIBERTAD



Las restricciones a la movilidad y la interacción social para contener la COVID-19 han puesto en valor la tecnología que nos da libertad y flexibilidad para hacer las cosas cuando y como queremos. Esto supone un interés mayor por productos y servicios que son capaces de aportar esa comodidad, libertad y flexibilidad.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

• FLEXIBILIDAD

• LIBERTAD

• DIGITALIZACIÓN



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Seguros y servicios que utilicen la tecnología para facilitar la vida cotidiana de las personas.
- Personalización y adaptación del producto a las necesidades de cada individuo a través de la innovación.
- Tecnología omnicanal que permita desarrollar un proceso a través de distintos canales, horarios y protocolos.



LA REVOLUCIÓN “PHYGITAL”

Valoramos más la tecnología cuando sirve para conectarnos que cuando solo sirve para automatizar procesos. Queremos una tecnología que sepa unir lo físico y lo digital, aportando un acompañamiento e interacción humana. Esto es clave en conceptos como la omnicanalidad y la atención al cliente.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

• TRANSPARENCIA

• CERCANÍA

• DIGITALIZACIÓN



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- Seguros accesibles y transparentes para ofrecer seguridad.
- Sofisticar, personalizar y humanizar el proceso de contratación. El asesoramiento tendrá un papel clave.

SOCIEDAD HIPERCONECTADA

Hemos hecho un mayor uso de las redes sociales durante la crisis sanitaria de la COVID-19. El consumo medio de contenido digital se ha disparado en los diferentes canales, soportes y medios sociales. La comunicación digital para relacionarse con personas, instituciones y marcas forma ya parte de nuestro día a día.

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por Salvetti Llombart para UNESPA.



PALABRAS CLAVE

- CERCANÍA
- EMPATÍA
- DIGITALIZACIÓN



QUÉ PUEDE SUPONER PARA EL SEGURO

- La renovación de la comunicación. Lo digital abre nuevas vías de conexión con el cliente y potencia el rol del asesor y del gestor de siniestros.
- La comunicación digital humanizada como un aliado. Lo digital es la vía principal de interacción, mientras la intervención de las personas aporta el vínculo y la confianza.



ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

Fuente: Impacto de la COVID-19 en las conversaciones. Informe elaborado por [Salveti Llobart](#) por encargo del Consejo Asesor de Innovación de UNESPA.

FICHA TÉCNICA DEL INFORME



Días de interacción



Horas de trabajo
con los consumidores



Ejercicios individuales y
colectivos



Edades comprendidas
entre 25 y 70 años



Distintos perfiles
socioeconómicos y
laborales



Usuarios de todo tipo
de seguros,
comprados a través de
distintos canales

