

# El Negocio Digital de MAPFRE crece en España en 390.000 nuevas pólizas en 2019, un 16% más

**Los seguros más demandados por Internet han sido los de Automóviles (40%), seguidos por los de Hogar (22%), Viajes (11%) y Salud (6%).**

El número de pólizas contratadas con MAPFRE ESPAÑA con origen en el canal digital ha alcanzado las 390.000 en 2019, lo que supone un **incremento del 16%** sobre el año anterior. De éstas, **118.000 corresponden a Verti España.**

Los seguros más demandados por Internet han sido los de Automóviles (40%), seguidos por los de Hogar (22%), Viajes (11%) y Salud (6%).

El **58%** de los clientes que han solicitado a MAPFRE un seguro de Automóviles por Internet lo hicieron a través de la **página web** ([www.mapfre.es](http://www.mapfre.es)), seguida de los comparadores y de las distintas plataformas digitales de los *partners* de negocio de la compañía (16%).

Los clientes que contactan con la aseguradora a través de plataformas digitales son en su mayoría hombres (72%), mayores de 45 años (46%), mientras que solo un 6% de los jóvenes de entre 18 y 25 años demandan seguros a través de este canal. Por tipo de vehículo, el 83% son seguros de automóviles, mientras que el 17% restante son de moto.

Según datos de MAPFRE, **Madrid (25%)** es la provincia que más seguros de Automóviles demanda a través de Internet, seguida por **Barcelona (9,8%) y Málaga (5,5%)**. Por el contrario, Palencia, Soria y Zamora son las provincias españolas que menos recurren a este medio para contratar sus seguros.

El perfil del comprador de seguros de **motos** por Internet es también el de un hombre (85%), de entre 26 y 35 años (31%). La provincia en la que más seguros de este tipo se demandan a MAPFRE es Barcelona (16%), seguida por Madrid (12%) y Málaga (7%). Lleida, Zamora y Soria son las provincias donde menos usuarios recurren a medios digitales para contratar su seguro de motocicletas.

MAPFRE continúa apostando por las nuevas tecnologías y trabajando en la digitalización de las relaciones con sus clientes, a la vez que refuerza su potente red comercial. A través de este **modelo omnicanal**, la aseguradora coloca al cliente en centro, permitiéndole elegir la vía de relación con la compañía en cada momento.

En esta línea, la aseguradora acaba de inaugurar su primera **oficina digital** en Madrid, que actuará como cabecera digital de MAPFRE en la zona y contribuirá al desarrollo del negocio digital en esta región, en línea con el nuevo planteamiento 3.0 de la compañía.

Además, avanzando en el modelo de relación con el cliente, hemos reforzado las capacidades de los servicios digitales, como es el caso de la **app MAPFRE Salud** que incorpora como principales funcionalidades, chat médico, videoconsulta, gestión de reembolsos, autorizaciones, cita médica en centros propios y tarjeta sanitaria digital. Del mismo modo, lanzamos la **app MAPFRE**

**Afin** que ofrece la posibilidad de gestionar los activos financieros del cliente desde el móvil.