

'Bajo coste' gracias a Internet

Sale al mercado Internauto, un seguro por la Red para jóvenes 'motorizados'

SERAFÍ DEL ARCO 26/11/2006

El *low cost* (bajo coste) no es ya patrimonio exclusivo de las aerolíneas y las agencias de viajes. En España acaba de aterrizar en el sector de los seguros. Se trata de Internauto, que como su nombre indica está especializada en el ramo del automóvil. Tiene dos productos en el mercado: a principios de año lanzó un seguro de motocicletas y recientemente ha introducido un producto de coches para jóvenes conductores. Su reclamo es que los precios de sus pólizas pueden ser hasta un 40% más baratos que el resto de las que existe en el mercado, según datos de la asociación Arpem.

El truco está en la red. Internauto opera exclusivamente por Internet, lo que, unido al desarrollo de una tecnología propia -igual que ocurre con las agencias de viajes *online*- les permite ahorrar costes.

Eso es lo que explica, no en vano, que la compañía haya empezado a operar siete años después de que se constituyera. Internauto la pusieron en marcha en Barcelona 15 socios en 1999, procedentes de varios sectores, entre ellos el asegurador y el tecnológico. Desde entonces han invertido más de tres millones de euros en desarrollar una plataforma tecnológica, que han podido ir amortizando gracias a los ingresos que han originado varias licencias.

"El problema básico de las compañías de seguros es su elevada estructura de costes, lo que les impide asegurar el ramo [del auto] cuando la siniestralidad sobrepasa un determinado porcentaje", explica Lucio Román (León, 1960), *alma máter* de Internauto y ex directivo de varias multinacionales del sector.

La estructura de Internauto es muy pequeña -trabajan 15 personas-, puesto que todos los trámites se realizan por Internet, así pueden ofrecer las pólizas más baratas. Más incluso que compañías como Línea Directa o Direct Seguros. "Es que la estructura de éstas es prácticamente la misma que las compañías tradicionales: cambian el coste de los agentes por el del teléfono y la publicidad", explica Román.

Internauto es miembro de la Oficina Española de Aseguradores de Automóviles (Ofesauto), dependiente del Ministerio de Economía, pero no está sujeta a la supervisión de la Dirección General de Seguros, porque "en realidad, no somos una aseguradora, somos un operador de seguros".

No tiene ni productos. Los diseña a medida y alcanza acuerdos con compañías para que aseguren el riesgo. Es decir, el cliente firma una póliza con el membrete de Internauto, pero en la letra pequeña aparece la aseguradora que asume el riesgo.

Su primer producto, Segurmoto, ha "revolucionado" el mercado de jóvenes moteros, en el que espera contratar en torno a 4.500 pólizas a finales de año, junto a otras 1.500 del producto para autos.

La reducción hasta un 40% de los precios es lo que permite a Internauto especializarse en el mocerío, el colectivo más desatendido. Un estudio de la empresa catalana revela que el 80% de los jóvenes de entre 18 y 25 años no están bien cubiertos porque usan el automóvil de los padres: la póliza no está a su nombre, debido a la dificultad de encontrar una compañía que los asegure.

Internauto espera arañar el 5% del ramo auto en cuatro años, lo que debería traducirse aproximadamente en un millón de pólizas y una facturación de 300 millones de euros. Román apunta un dato: "En los próximos años entre dos y tres millones de personas se van a motorizar".

La nueva aseguradora de bajo coste prevé también dar el salto a los mercados europeos, empezando por los "más ineficientes", como Alemania o Italia.

© **Diario EL PAÍS S.L.** - Miguel Yuste 40 - 28037 Madrid [España] - Tel. 91 337 8200
© **Prisacom S.A.** - Ribera del Sena, S/N - Edificio APOT - Madrid [España] - Tel. 91 353 7900