

eColón

Seguros para motos en todo el país y desde el celular

Con un celular se puede asegurar el vehículo. También es posible tener más servicios.



Eduardo Iglesias, presidente de eColón Seguros digitales.

Paula Ancery

María Susana es una pequeña localidad en la provincia de Santa Fe que tiene 3.500 habitantes. A un motoquero susanense se le había vencido la póliza de seguros de su vehículo y no tenía manera de renovarla u obtener otra en su pueblo. Mediante su celular, indagó por Internet hasta dónde tendría que desplazarse para suscribir una póliza, y se encontró con que no necesitaba ir a ningún lado: **podía obtenerla online, con el móvil mismo y en pocos minutos.** Así se convirtió en uno de los primeros

clientes de eColón.

Eduardo Iglesias, cofundador y CEO de la compañía, llama a esto “inclusión aseguradora”. Y explica: “Constantemente se habla en este mercado de crear conciencia acerca de la necesidad y la conveniencia de estar asegurado; pero después resulta que el acceso a los productos no es ni sencillo ni accesible”. El rasgo distintivo de eColón es que todo, absolutamente **todo, se hace de manera virtual** y en el momento en que el usuario lo requiera, las 24 horas del día, los 365 días del año.

Esto no sólo implica que aquí no existe la consabida figura del productor-asesor. “Si te para la policía y te olvidaste los papeles, en un instante bajás tu tarjeta de circulación”, ejemplifica Iglesias. “Y en caso de un siniestro, la asistente virtual te va a dar los consejos e instrucciones que necesites.” En efecto, Julieta Bot es el otro diferenciador en que eColón hace mucho hincapié, porque también sitúa a la aseguradora en la incipiente ola insurtech (seguros online). “Pero el modelo es de omnicanalidad”, destaca Iglesias, “donde **la persona puede interactuar con el robot si está navegando en Facebook o en Messenger**, pasar de ahí a nuestra página web institucional y de ahí al e-commerce o al revés, ir de la web institucional al e-commerce y luego hacerle preguntas al robot”. Esta posibilidad de navegar las diferentes plataformas en el sentido que le surja al cliente hace a la experiencia de cada uno totalmente distinta de las modalidades aseguradoras standard.

Mirá también

Pedalear con mucho diseño y seguridad

Nacida en octubre pasado, eColón está enfocada en los seguros para motos, aunque planea incorporar otras ramas (“autos no”, adelanta Iglesias) a lo largo de este año. Los precios de las pólizas

varían según la ubicación del cliente -no es lo mismo la Ciudad de Buenos Aires que el conurbano bonaerense u otras zonas del interior-; pero **el rango va de \$100 a \$250 mensuales**. Además, combinando diferentes propuestas se llega a distintos productos. “Podés contratar sólo la Responsabilidad Civil o sumarle Accidentes Personales”; indica Iglesias. “También están la asistencia mecánica, la grúa por si la moto se queda sin nafta en el camino, y un producto novedoso que es una cobertura hasta cierto monto por gastos médicos si la persona se cae”, enumera Iglesias.

Finalmente, para terminar de hacer “disruptiva” la experiencia del cliente, por cada póliza vendida eColón le dona \$10 a Cimientos, un Organismo no gubernamental (ONG) de apoyo a la educación. “Luego iremos sumando otras ONG. Queremos que la persona sienta que no solamente está comprando de manera inteligente, sino también que está colaborando”, dice Iglesias.

Mirá también

Oficinas todo terreno para trabajos temporarios

Las pólizas que vende eColón son emitidas por Colón Compañía de Seguros, nacida en 2013 ya con una perspectiva digital-friendly, pero todavía “tradicional”. Constituida con un capital de US\$2 millones, en sólo cuatro años **captó 520 mil asegurados** no sólo en motos y en Responsabilidad Civil sino también en hogar, vida, salud, sepelio y robo en general. Esta compañía tiene otros accionistas, de los cuales Iglesias es uno.

De una manera bastante parecida a como florecieron las fintech a partir de la crisis de las hipotecas en 2008 en los Estados Unidos, pero también gracias al desarrollo de la tecnología, las insurtech empezaron a hacerse tendencia hace unos seis años.

Pero hasta ahora, los ejemplos en Iberoamérica estaban limitados a España, Colombia y Brasil. Iglesias -quien es uno de los pioneros del sector insurtech en América Latina y presidente de la Asociación de Emprendedores de Harvard en Argentina- se jacta de que eColón es la primera compañía de este tipo en el país. Debe ser algo seguro.