emBlue

EMBLUE PARA SEGUROS · CÓMO FUNCIONA

Acompañar a cada asegurado en el momento en que lo necesita.

Qué resultados buscamos, cómo se logran con emBlue y cómo se implementa y se mide en una compañía de seguros.

Más renovaciones **Menos consultas evitables** **Menos trabajo manual**

01 Los resultados que buscamos
02 Cómo funciona
03 Un caso, hito por hito
04 Personas, pólizas y productores
05 Qué sistemas conectar
06 Implementación y operación
07 Cómo demostramos el impacto

01 · LOS RESULTADOS QUE BUSCAMOS

Un asegurado que se siente acompañado renueva más, pregunta menos y exige menos trabajo manual.

El acompañamiento es el medio. Lo que una aseguradora busca es retener su cartera, evitar consultas que nacen de la falta de información y operar con más eficiencia.

Más renovaciones

Confianza construida en cada momento, no solo al vencimiento, y menos bajas por impago.

CÓMO SE MIDE

Pólizas renovadas / pólizas elegibles. Bajas por impago / pólizas expuestas a ese riesgo.

Menos consultas evitables

Información clara y a tiempo sobre la póliza, los cambios y el estado de cada trámite.

CÓMO SE MIDE

Consultas por estado cada 100 siniestros abiertos. Contactos repetidos por el mismo motivo.

Menos trabajo manual

Avisos que se activan con los eventos de tus sistemas, sin preparar envíos uno por uno.

CÓMO SE MIDE

Horas dedicadas a preparar y ejecutar las comunicaciones de los recorridos implementados.

Indicadores de experiencia y de control

Acompañamiento oportuno	Hitos elegibles comunicados dentro del SLA acordado, separando evento recibido, mensaje enviado y entrega confirmada.
Tiempo hasta la primera orientación	Desde la denuncia del siniestro hasta el primer mensaje con los próximos pasos.
Experiencia	CSAT favorable después de un hito comparable, como el cierre de un siniestro.
Exceso de comunicación	Bajas de suscripción y reclamos vinculados a la cantidad de mensajes.
Diagnóstico	Aperturas y clics ayudan a ajustar mensajes. El resultado está en lo que el asegurado logra hacer.

Las metas se acuerdan después de medir la línea base de cada compañía.

Lo que dice el mercado

22%

de las veces las aseguradoras cumplen con dar actualizaciones digitales adecuadas, uno de los principales impulsores de satisfacción en siniestros.

36% / 31%

de los clientes de seguros de auto y de hogar, respectivamente, recibe hoy sus actualizaciones de estado por canales digitales.

52% vs. 4%

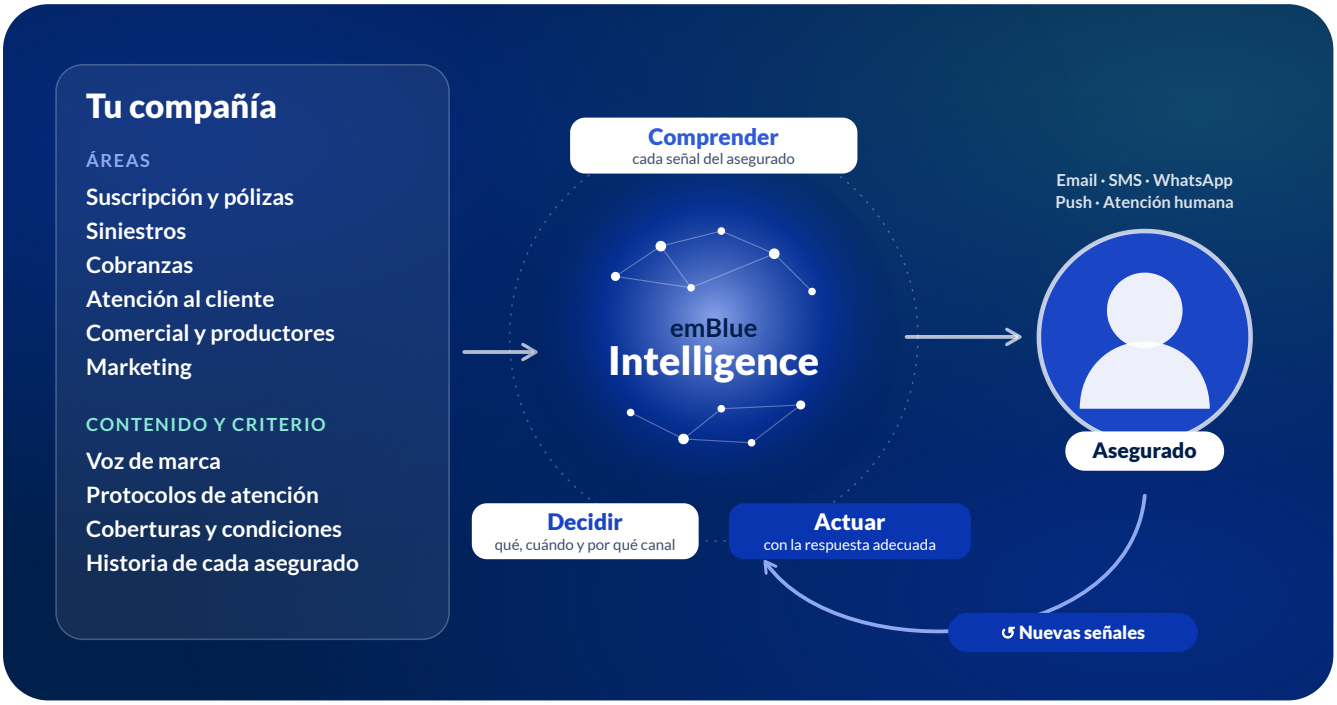
declara probable irse o no renovar si su experiencia digital fue “mala” o “regular”, frente a quienes la calificaron “excelente” o “perfecta”.

Fuente: J.D. Power, 2025 U.S. Claims Digital Experience Study (diciembre de 2025), 5.958 evaluaciones de clientes de seguros de auto y hogar en Estados Unidos. Muestra una asociación con la intención declarada, no el efecto de implementar una plataforma, y no representa al mercado latinoamericano.

02 · CÓMO FUNCIONA

Conocer al asegurado. Entender el momento. Saber cómo acompañar.

Tu compañía aporta tres conocimientos: cómo cuida, qué sabe de cada asegurado y qué está pasando ahora. emBlue los combina para comprender, decidir y actuar con los datos, las reglas, los journeys y la IA que configura tu equipo.



Genética: cómo cuida tu compañía

Las políticas y criterios que definen qué se comunica, con qué tono y cuándo responde una persona. Por ejemplo, la política de respetar cada consentimiento.

Memoria: qué sabe de cada asegurado

Los datos de la persona, sus pólizas y siniestros, su productor, sus preferencias y su consentimiento individual para cada canal.

Contexto: qué pasa ahora

Los eventos de tus sistemas: una emisión, una denuncia, una cuota vencida o un reclamo abierto.

Más señales y más contexto, mejor respuesta.

Cada sistema que se conecta suma memoria o contexto. Lo que responde el asegurado vuelve como una nueva señal y orienta lo que sigue. Las reglas ejecutan lo que define tu equipo y la IA trabaja dentro de esos límites.

03 · UN CASO, HITO POR HITO

Lucía denuncia un choque. Se comunica cada hito relevante, no cada movimiento.

Cada hito tiene un canal principal entre los que Lucía habilitó, una alternativa si la entrega falla y una métrica que muestra si el acompañamiento funcionó.

HITO	QUÉ RECIBE LUCÍA	CANAL	MÉTRICA
Siniestro denunciado	Los primeros pasos y la documentación que tiene que presentar.	**WhatsApp** Sin opt-in o sin entrega: SMS con enlace	Tiempo hasta la primera orientación
Documentación pendiente	Un recordatorio con lo que falta, sin repetir lo que ya envió.	**WhatsApp** Como máximo uno cada 48 horas	Siniestros con documentación completa en el plazo
Documentación recibida	La confirmación y el próximo paso del trámite.	**Push** Sin entrega confirmada: email	Consultas por estado cada 100 siniestros abiertos
Inspección agendada	Fecha, hora y lugar, con un recordatorio el día anterior.	**SMS** Dentro del horario de contacto	Inspecciones reprogramadas
Pide ayuda	Una asesora continúa la conversación con el historial a la vista.	**Atención humana** Bandeja compartida de WhatsApp	Contactos repetidos por el mismo motivo
Siniestro cerrado	El resumen del cierre y una encuesta breve.	**Email** Encuesta una sola vez por hito	CSAT favorable al cierre

Reglas que acompañan el recorrido

- Con un siniestro o un reclamo abierto, no se envían ofertas comerciales.
- Las reglas de frecuencia limitan cuántos mensajes recibe Lucía en un período.
- Solo se usan los canales que Lucía habilitó y dentro de su horario de contacto.
- Las comunicaciones obligatorias se mantienen siempre.

Alcance

emBlue recibe los eventos de los sistemas de la aseguradora y activa las comunicaciones que su equipo definió. No evalúa coberturas, no aprueba indemnizaciones ni resuelve siniestros.

Lo que Lucía responde, confirma o consulta se suma a su historia y orienta el próximo hito.

Cada mensaje llega a quien corresponde, en el rol que corresponde.

Una misma persona puede ser tomadora de una póliza, asegurada en otra y beneficiaria en una tercera. El perfil reúne a la persona y la relaciona con cada póliza y cada siniestro según su rol.



El rol define el mensaje

- **Tomador:** pagos, cuotas y condiciones de la póliza.
- **Asegurado:** cobertura, siniestros, asistencia y renovación.
- **Beneficiario:** solo las comunicaciones que le corresponden.
- Una persona con varias pólizas recibe sus mensajes coordinados, sin duplicar avisos.

Consentimiento: dato y política

MEMORIA El consentimiento de Lucía para cada canal es información suya, y se actualiza en cuanto cambia.

GENÉTICA La política de tu compañía define cómo se respeta: qué canales se usan, en qué horario y qué comunicaciones son obligatorias.

Productores y brokers: una sola voz frente al asegurado

Quién comunica qué. La compañía informa los hitos operativos, como la póliza, los pagos y los avances del siniestro. El productor conduce la conversación comercial y la renovación.

Sin mensajes contradictorios. Si el productor ya contactó al asegurado, se registra y la compañía no repite ni superpone el mensaje.

El productor también se entera. Recibe un aviso con los hitos clave de sus asegurados, como un siniestro denunciado o una renovación próxima, para no llegar desinformado.

Reglas acordadas. La política de intervención de los productores forma parte de la Genética de tu compañía.

Cada sistema aporta una parte de la historia y necesita su propia frecuencia de actualización.

SISTEMA DE LA ASEGURADORA	QUÉ APORTA	CAPA	MOMENTO QUE HABILITA	ACTUALIZACIÓN REQUERIDA
Core de pólizas Emisión y administración	Persona, pólizas, roles, coberturas, endosos, vencimientos	MEMORIA CONTEXTO	Bienvenida, cambios en la póliza, renovación	En minutos Emisión y endoso. Cartera completa: diaria.
Gestión de siniestros	Denuncia, documentación recibida o pendiente, inspección, cambios de estado, pago	CONTEXTO	Orientación y avances del trámite	Inmediata Un aviso tardío pide lo que ya se envió.
Facturación y cobranzas	Cuota por vencer, cuota vencida, débito rechazado, medio de pago	CONTEXTO	Avisos de pago y prevención de bajas por impago	En minutos Débito rechazado. Cuotas por vencer: diaria.
Preferencias y consentimientos	Consentimiento por canal, canal preferido, horario de contacto	MEMORIA	Elegir el canal en cada hito	Inmediata La política para respetarlos es parte de la Genética.
Atención y contact center Bandeja de conversaciones, telefonía, tickets	Reclamos abiertos, motivo de contacto, conversaciones anteriores	CONTEXTO MEMORIA	Asesor con contexto, pausa de ofertas durante un reclamo	Inmediata Reclamos abiertos. Historial: en minutos.
CRM comercial y productores	Productor asignado, oportunidades, cotizaciones, contactos del productor	MEMORIA	Renovación, retención, coordinación con el productor	Diaria Contactos del productor: en minutos.
App, portal y sitio web	Ingresos, descarga de póliza, cotizador abandonado, permisos de push	CONTEXTO	Push de hitos, retomar una cotización	En minutos
Red de asistencia Grúa, talleres, prestadores	Estado del servicio, turno en el taller	CONTEXTO	Hitos del siniestro desde la mirada del asegurado	En minutos Suele llegar a través del sistema de siniestros.
Data warehouse y modelos	Riesgo de baja, valor del cliente, segmentos	MEMORIA	Prioridades de retención y renovación	Diaria
Encuestas de satisfacción	CSAT o NPS después de un hito	NUEVA SEÑAL	Seguimiento y escalamiento de respuestas negativas	En minutos Para escalar respuestas negativas.

Inmediata: segundos después del evento. En minutos: dentro del SLA acordado para el hito. Diaria: actualización por lotes. La frecuencia final de cada caso se acuerda con la compañía. Los datos llegan a emBlue mediante integraciones, conectores de Data Lab y API.

Empezar por un recorrido, con datos disponibles y una métrica concreta.

El piloto demuestra valor rápido y deja lista la base para sumar los siguientes recorridos.

PILOTO

Entrega de póliza y bienvenida

DATOS

Emisión desde el core de pólizas, datos de contacto y consentimiento.

MÉTRICA

Pólizas emitidas con la bienvenida entregada dentro del SLA. Pedidos de reenvío de la póliza.

ETAPA 2

Siniestros

SUMA

Gestión de siniestros, atención y red de asistencia.

MÉTRICA

Consultas por estado cada 100 siniestros. Tiempo hasta la primera orientación.

ETAPA 3

Cobranzas

SUMA

Facturación y cobranzas.

MÉTRICA

Bajas por impago sobre pólizas expuestas.

ETAPA 4

Renovación y retención

SUMA

CRM comercial y productores, data warehouse, encuestas, app y portal.

MÉTRICA

Pólizas renovadas sobre elegibles.

Trazabilidad de cada comunicación

Evento recibido → **Mensaje enviado** → **Entrega confirmada** → **Respuesta o acción**

Un envío exitoso no demuestra que el asegurado recibió o entendió la información. Por eso se mide cada paso por separado.

Cuando algo falla

Errores de entrega. Se registran y activan el canal alternativo definido para ese hito.

Eventos que no llegan. Se monitorea la recepción de cada fuente y se alerta si se interrumpe.

Registro. Cada comunicación queda registrada en la historia del asegurado, disponible para atención y auditoría.

Eventos duplicados. Cada evento se identifica de forma única y no genera dos mensajes.

Escalamiento. Si un hito crítico no se entrega o el asegurado no responde, interviene una persona.

Exceso de mensajes. Las reglas de frecuencia y las bajas de suscripción se revisan en cada recorrido.

07 · CÓMO DEMOSTRAMOS EL IMPACTO

Comparar con un grupo de control, no con la intuición.

Las metas se fijan después de medir la línea base. El impacto se demuestra comparando el nuevo recorrido con un grupo comparable que recibe la atención habitual.

Grupo de control

Un grupo recibe el nuevo recorrido y otro comparable continúa con la atención habitual. Ambos reciben todas las comunicaciones obligatorias.

Comparar lo comparable

Separar por ramo, canal de venta, cambio de prima y existencia de siniestro. Esas diferencias pueden explicar la renovación tanto o más que la comunicación.

Resultado antes que actividad

Aperturas y clics sirven para diagnosticar. El resultado está en las renovaciones, las consultas evitadas y las horas de trabajo ahorradas.

Cuidar la experiencia

Medir también las bajas de suscripción y los reclamos por exceso de comunicación, para que más mensajes no signifique más insistencia.

Puntos porcentuales y variación relativa

80% → 82% de renovación es una mejora de **+2 puntos porcentuales**.

20% → 18% de no renovación es una reducción de **10% relativo**.

Es el mismo resultado expresado de dos maneras. Conviene informar ambas y aclarar cuál se usa.

La confianza se construye cuando tu compañía sabe quién es el asegurado, entiende qué está viviendo y lo acompaña en consecuencia.

Habla con un especialista