

Un seguro para conductores ocasionales

Con la póliza Next Auto, el cliente paga en función del kilometraje que recorre

LAURA DELLE FEMMINE

“Si tu coche está parado, no puede hacer daño a nadie”. A Javier Goikoetxea, actual consejero delegado de Next Correduría Seguros, se le encendió la lamparita cuando se percató de que su vehículo estaba aparcado el 90% del tiempo. De ahí decidió hacer de necesidad virtud y empezó a elucubrar sobre la posibilidad de ofrecer un seguro *ad hoc* para aquellos conductores que hicieran escaso uso de sus vehículos.

“La única manera para lograrlo era la tecnología”, asegura el directivo. A mediados de 2012, un equipo de seis desarrolladores empezó a trabajar sobre un proyecto que vio la luz casi dos años después: en marzo de 2014, gracias a una inversión de más de un millón de euros, Next Correduría Seguros lanzó Next Auto, un seguro pensado para que el conductor pa-

gue solo según los kilómetros que consume.

“Ofrecemos paquetes de 4.000, 6.000, 8.000 y 10.000 kilómetros”, detalla Goikoetxea. “El vencimiento de la póliza es a 12 meses, pero si no se usan todos los kilómetros, se pueden recuperar los remanentes al renegociar el contrato”, explica, “así como se pueden adquirir paquetes adicionales si se prevé consumir más de lo inicialmente pactado”.

Después de estipular el contrato —por Internet o telefónicamente—, la compañía envía en el plazo de 48 horas un dispositivo, Next2Go, que se conecta al vehículo tras haberlo activado en el ordenador, móvil o tableta. Goikoetxea insiste en precisar que el aparato no está pensado “ni para controlar ni para localizar al conductor”, sino para proporcionar información sobre los kilómetros que se han recorrido hasta el momento.



Javier Goikoetxea, consejero delegado de Next Auto. / ÓSCAR MORALES

Hoy día son 280 los conductores que han optado por adquirir una póliza Next Auto, pero el objetivo de la empresa es

que este número se multiplique por 20 al cierre del año. “Tenemos un mercado potencial de más de 3.000 millones

de euros anuales en primas”, asegura Goikoetxea tras calcular rápidamente cuántos automovilistas cambian de aseguradora cada año. “Estamos hablando de un tercio de los conductores”, apostilla.

El consejero, sin embargo, es consciente de que la solución ofrecida por su empresa no puede obtener un éxito masivo. Precisa que el cliente tipo de la compañía recorre unos ocho kilómetros al día, es decir, cerca de 3.000 anuales, frente a los más de 10.000 de la media de los conductores españoles. “Se trata de un nicho de mercado; nuestro objetivo es captar el cliente insatisfecho, que al contratar nuestro producto podría alcanzar un ahorro de hasta el 60%”, asegura.

Goikoetxea estima que Next Correduría Seguros llegue a facturar entre un millón y medio y dos millones de euros a finales de 2014 y roce los seis millones al cierre de 2015. La estrategia para acaparar más cuotas es seguir trabajando de la mano de los concesionarios —la compañía ya tiene 80 acuerdos activos— y pactar alianzas con las firmas de automóviles. “Cuando el mercado esté más maduro, tenemos intención de ampliar nuestra oferta, por ejemplo, ofreciendo servicios ligados a la geolocalización. Lo que quiere la gente es calidad y buenos precios, independientemente de quién se los ofrezca”, remacha el directivo. ■