

NOTA DE PRENSA

Entrevista a Carla Stern, directora de Red de Proveedores Iris Global

Madrid, 5 de julio de 2021: “Es indiscutible que el viajero, después de la pandemia, está más sensibilizado sobre los riesgos de viajar sin un seguro de Asistencia en Viaje”

Carla Stern, directora de Red de Proveedores Iris Global, ofrece una entrevista en [ADN del seguro](#) donde nos habla sobre sus responsabilidades en el cargo, los objetivos a corto y medio plazo para Iris Global y para conocer cuáles, cree Stern, que será el camino por el que van los diferentes ramos en los que trabajamos desde Iris Global.

En la entrevista se presenta la marca Iris Global: el pasado 10 de junio se hizo oficial el lanzamiento de la marca Iris Global. Bajo esta marca paraguas se engloban Iris Assistance, SOS Assistance y SOS Seguros y Reaseguros, Accepta, PCamigo y Temmpo ¿nos puede explicar a qué se debe este cambio? ¿y qué se persigue con él?

Hace más de dos años comenzamos a trabajar en un proyecto muy retador, con el objetivo de englobar bajo una misma marca, a las cinco empresas del ámbito de asistencia a las personas del Grupo Santalucía. Esto nos ha permitido lanzar una **gran marca asistencial**, llamada Iris Global, para dar respuesta a esas nuevas necesidades, más exigentes y cambiantes que el cliente final requiere, aprovechando sinergias y facilitando al usuario final una **experiencia sin cortes**. Nuestros productos y servicios se ofrecen tanto a empresas del sector asegurador y no asegurador con las que tenemos una relación de muchos años, como por supuesto también a nuestro cliente y accionista, Santalucía.

El resultado es que hoy Iris Global es ya una realidad, convirtiéndonos en la **marca española número uno de soluciones globales de asistencia**.

Con todo ello, nuestro objetivo es ser la compañía de asistencia de referencia en los negocios y mercados en los que operamos y, como indicamos en nuestro propósito, **queremos ayudar y acompañar a las personas a lo largo de los diferentes momentos de su vida**.



De esta forma, Iris Global se convierte en una marca de soluciones globales de Asistencia **¿a qué cambios se enfrenta este modelo? ¿cómo ha decidido Iris Global afrontarlos? ¿por qué valores y servicios apuesta Iris Global?**

Somos conscientes de que Iris Global se enfrenta a un mercado muy maduro y competitivo. Estamos convencidos de que ofrecer a nuestros clientes una **experiencia más eficiente y homogénea**, y además global, nos va a permitir afrontar esta competitividad en una posición reforzada frente a sus nuevas exigencias.

Desde la nueva marca queremos llegar al mercado con una estrategia basada en la diferenciación y personalización. En cuanto a productos y servicios, trabajamos en varias categorías clave en las que la red de proveedores es fundamental y estratégica:

- **Asistencia en Viaje:** una red de capilaridad mundial con especial hincapié en un servicio de calidad priorizándolo al simple reembolso de gastos. Solo un dato: nos encontramos con una tasa de servicio vs reembolso de más de un 90%.
- **Asesoría y Defensa Jurídica:** Disponemos de una red de más de 100 despachos colaboradores especializados en las distintas áreas del derecho, distribuidos por toda la geografía española, así como acceso a una red internacional.
- **Salud y Bienestar:** un cuadro baremado propio con unos 20.000 profesionales adheridos al programa trabajando fuertemente sobre la digitalización. Así como una red médica internacional para los traslados sanitarios de más de 1000 profesionales especializados
- **Asistencia en el Hogar y Asistencia Informática:** con una red de calidad y calibrada.
- **Asistencia Auto:** con una red de grúas que cubre todo el territorio español.

Y además:

- **Contact Center BPO** – servicios externalizados para empresas externas.
- **Decesos** – contratación de los servicios de decesos a particulares.



Forma parte de Iris Global desde hace siete meses, más en particular, como directora de Red de Proveedores, ¿en qué se traduce? ¿a qué retos se enfrenta en este nuevo cargo? ¿qué objetivos a corto y medio plazo se marca?

En una compañía de asistencia como la nuestra, ser la responsable de las redes de proveedores se traduce en orquestar las diferentes tipologías de colaboradores que nos permiten a prestar el servicio de nuestros productos. Son el corazón de nuestra propuesta, la gasolina que alimenta el motor de nuestro negocio.

Con esta nueva responsabilidad, además de gestionar un área que es estratégica para poder prestar el servicio para la compañía, estoy en posición de trabajar sobre **cuatro ejes principales**: la capilaridad, la continuidad de garantía de calidad y rentabilidad que siempre hemos sido referencia en el mercado, la mejora de procesos y la innovación.

En lo que se refiere al corto plazo, el principal objetivo es ampliar y consolidar **la red de proveedores de Asistencia en Viaje** que proviene de SOS Assistance y SOS Seguros, que opera como ya como Iris Global Soluciones de Asistencia e Iris Global Soluciones de Protección Seguros y Reaseguros. En realidad no se trata de un cambio trascendental, ya que solo estamos formalizando los acuerdos bajo esta nueva realidad de Iris Global Soluciones.

Por otro lado, en la asistencia en el Hogar ponemos especial foco en la **digitalización, la mejora de los procesos, la calidad y homologación**. Es algo que nos permitirá eficiencias en las labores de nuestros colaboradores y mejor trazabilidad de los documentos.

A medio plazo, tenemos claro que la comunicación con el proveedor, un portal único para todas las verticales, donde interactuamos ambas partes, es una pieza clave y estamos trabajando en ello. Esta unificación y homogenización de datos aportará transparencia, agilidad y trazabilidad en la gestión a todo el abanico de proveedores que tenemos en Iris Global, esto es fundamental.

En relación con la parte de Red Internacional de Iris Global, ¿Qué puede destacar de esta área?

La red internacional es un área nuclear de nuestra compañía, ya que el seguro de Asistencia en Viaje tiene un peso muy considerable.

Estamos convencidos de que el seguro de Asistencia en Viaje va a adquirir una mayor importancia a partir de ahora. Antes de la Pandemia de la COVID 19, en España la contratación de este tipo de seguro era de tan solo un 20% para viajes internacionales, frente por ejemplo el 80% de Reino Unido. De hecho, los principales indicadores sobre



buscadores en internet nos muestran cómo la demanda ha aumentado en un 45% en el mes de mayo. Las expectativas son positivas y por eso hacemos especial hincapié en esta cuestión.

En lo que se refiere a nuestro valor añadido en cuanto a la red de Asistencia en Viaje, nuestros asegurados han solicitado ayuda en más de 140 países de los 194 que hay en todo el Mundo. Insisto en que somos capaces de prestarla en los 194 países, pero lógicamente nuestra capacidad es más intensa donde más viajeros tenemos. Nuestra red es una red cualificada, una red que está dimensionada a las necesidades de nuestros clientes y enfocada a que el asegurado no tenga que desembolsar dinero alguno. Nuestra filosofía es mantener la orientación al servicio, aumentando incluso el excelente ratio actual de más del 90% de pago directo vs reembolso.

De las diferentes categorías en las que trabaja Iris Global (Viaje, Protección Jurídica, Hogar, Empresas, Salud, Reaseguro...) ¿se atrevería a hacer una previsión de las que saldrán más fortalecidas y con mejores cifras de negocio en este 2021?

Es muy difícil hacer una previsión que tendremos en algunas de las categorías en las que trabajamos, en especial debido a los cambios tan drásticos que hemos vivido en el último año y medio. Como decía, por lo que nos indican las últimas tendencias, esperamos que la categoría de Viaje se recupere progresivamente, en especial a través del incremento del número de personas vacunadas y por la implantación del Pasaporte COVID. Es indiscutible que el viajero, después de la pandemia, está más sensibilizado sobre los riesgos de viajar sin un seguro de Asistencia en Viaje.

En el área de Asistencia en el Hogar, esperamos un incremento en lo que se refiere a la gestión de siniestros y servicios. Debido a la pandemia, hemos pasado mucho tiempo en casa, hemos tenido que aprender a valorar más el hogar. Además, estamos en disposición de poder ampliar nuestras capacidades de red para dar servicio a las demandas de nuestros nuevos clientes.

Durante su trayectoria profesional de los últimos diez años podemos constatar las empresas donde ha ejercido han tenido un eje común, acuerdos con proveedores para la prestación de servicios. En esta nueva etapa, ¿qué diferencia hay entre los sectores donde ha operado? ¿Dónde ve las principales palancas de mejora?

En todo este tiempo he trabajado en compañías donde el eje central del negocio eran los acuerdos con proveedores como corazón de la propuesta de valor. He tenido la oportunidad de residir en Francia, Suiza y España con culturas y propuestas diferentes y en sectores que van desde el e-commerce hasta la prestación de los servicios asistenciales. Todos tienen denominadores comunes: la capilaridad, la calidad del servicio, la rentabilidad y la relación con el proveedor y por supuesto la gestión del dato. Una red satisfecha es esencial, ya que son los embajadores de nuestros servicios frente al cliente final, aquellos que están en primera línea prestando el



servicio; un fontanero en asistencia en el Hogar o un médico en Nueva York, en definitiva, forman parte de nuestro core del servicio y nuestra imagen frente al cliente.

También quiero destacar que la **innovación en la gestión de la relación con el proveedor es clave**, así como la digitalización de los procesos y un proceso sin cortes. No obstante, hay que tener en cuenta que la naturaleza del mundo de los proveedores es muy heterogénea y esto añade una complejidad adicional que hay que tener en cuenta, ya que hablamos de idiosincrasias diferentes dentro de un mismo gremio o zona geográfica. Por eso, la gestión de la relación con ellos desde un área específica y especializada es esencial en una compañía como la nuestra.