

## Entretelones

# Auge de vuelos al exterior catapulta a Chile como tercer mercado para Assist Card

Viajar al extranjero dejó de ser un lujo hace rato y, cada año, los viajes internacionales de los chilenos crecen a un ritmo de 20%. Tanto así, que los pasajeros ya han superado en cerca de un 10% los niveles previos a la pandemia.

Ese auge por volar ha impulsado otro boom: la industria de asistencia de viajes, subraya Daniel Escolá, *country manager* de Assist Card. "La penetración de los servicios de asistencia ha pasado del 30% al 80% en viajes internacionales largos, como a Estados Unidos o Europa". Para la compañía, Chile es su tercer mercado, detrás de Brasil y Argentina, vendiendo incluso más que en Colombia y México.

Su expansión es reflejo de la industria del turismo en general, y aunque "la cantidad de tickets aéreos vendidos o de hoteles puede tener sus vaivenes a largo plazo, los seguros de viajes es lo que más

ha venido creciendo, y esto se debe a que el punto de partida, especialmente en América Latina, estaba bastante atrás", explica Escolá.

Los destinos preferidos de los chilenos han ido cambiando, pues ahora "los viajeros son cada vez más intrépidos", y la red debe adaptarse a destinos desafiantes, como el Everest, la Antártica, el Camino del Inca o Torres del Paine, detalla el ejecutivo.

El 80% de los servicios que entrega Assist Card corresponde a emergencias médicas. El otro 20% son pérdidas de equipaje o de vuelos. Para ello, su modelo opera con una estructura que articula a centrales en diferentes regiones en el mundo, lo que les permite llegar a una cobertura en más de 190 países.

Para sostener y elevar el crecimiento en el mercado local, un pilar de la estrategia comercial de Assist Card apunta a



Daniel Escolá, *country manager* de Assist Card.

lo masivo. Con ese objetivo, renovar su alianza como *sponsor* de Colo Colo hasta 2026, consolidando su presencia en el mercado chileno, que está avaluado en US\$ 700.000 al año.

Chile tiene una particularidad que se da en pocos mercados, destaca el *country manager*. "Tiene una madurez mayor en la cantidad de canales (de venta). A diferencia de otros países, en Chile hoy prácticamente todos los bancos y compañías de seguros tienen en su portafolio productos de coberturas para viajes".

En ese sentido, agrega, son cada vez más las instituciones de salud, bancarias y *fintech* que ofrecen servicios como los seguros de viaje. Escolá resalta que con muchas de ellas han sellado alianzas y trabajan en conjunto. "Es en Chile donde más lo hemos explorado".

Brindar protección en todo el mundo es un negocio que requiere mucha escala, para tener acuerdos operativos y económicos con los prestadores, expone el ejecutivo. "La mayoría de las nuevas empresas que aparecen lo que hacen es contratar a una red de prestadores que

ya existe, como Assist Card".

Además de la masividad, otro eje del plan para expandirse apunta a ampliar la implementación de inteligencia artificial en las operaciones. Aunque ya lo hacen, Escolá precisa que aún le pueden sacar más provecho, diferenciándose de otros servicios.

En ese sentido, no quieren repetir la mala experiencia de los bots en atención al cliente o posventa, y que hacen ineficiente en la mayoría de los casos la solución de problemas para los usuarios. Para la atención a los usuarios, Escolá asegura que al manejar crisis, mantendrán la atención de personas, puesto que deben considerar que "la persona que está llamando a las tres de la mañana con un problema de salud, en algún punto, quiere hablar con un ser humano que le entienda y empatice con su realidad".