

## 3.5. Transformación digital

La transformación digital de la Mutualidad es una **prioridad transversal para todas las líneas estratégicas** que, además, impacta en sus grupos de interés, mejorando y facilitando la relación con la entidad. Durante 2022, la aseguradora ha seguido avanzando en su Plan Director de Tecnología.

Este proceso se asienta sobre pilares como la omnicanalidad, que permite a los/las mutualistas **relacionarse con la compañía a través de cualquier canal**; los nuevos servicios digitales, para cubrir nuevas necesidades del entorno; la mejora de la eficiencia, incorporando nuevas herramientas tecnológicas; y el análisis del ecosistema tecnológico desde una perspectiva de arquitectura empresarial.

En 2022, se ha trabajado en la eliminación de tecnología obsoleta, se han desarrollado normas y nuevas medidas de seguridad y se han realizado análisis exhaustivos tanto del **core** asegurador como de la infraestructura data. La **integración de infraestructura tecnológica es un hito relevante** que va a permitir una mejor y más eficaz gestión de los sistemas de producción de la compañía.

A su vez, se ha creado un **centro de excelencia de automatización**

que ha permitido conocer al detalle aquellos procesos y tareas que son automatizables, con el fin de mejorar la eficiencia de procesos e implantar controles operativos. Asimismo, se ha continuado con la incorporación de tecnología *cloud* allí donde aporta un valor adicional.

En materia de **servicios digitales**, se ha ampliado el alcance de la firma digital y se ha lanzado un simulador de prestaciones que permite a los/as mutualistas realizar una simulación de cobro de sus ahorros. También se ha optimizado la información y proceso de *onboarding* de **#YoSíAhorro**, el servicio de microahorro de la compañía. En 2022, Alma, el asistente en línea de la Mutualidad, fue reconocida como una de las 100 mejores ideas de Actualidad Económica.

Todas estas mejoras han conseguido que, en 2022, **el negocio (primas) de canales digitales sobre el total del negocio generado** haya sido del 18,2 % (+15,3% respecto a 2021). Las operaciones en canales digitales, sobre las del total de negocio, han sido del 32,1% (+17,5% respecto a 2021).

A lo largo del año se ha estado trabajando también en el **rediseño de la web, área de clientes y app, un** proyecto

que saldrá en producción en 2023. La nueva web incorpora mejores prácticas en experiencia de usuario, transparencia y búsqueda de información, así como en accesibilidad, según criterios de conformidad A y AA que establece la norma WCAG 2.1 (*Web Content Accessibility Guidelines 2.1*). Todos estos puntos de mejora fueron detectados en una auditoría realizada en los canales digitales en 2021.

Para potenciar la **comunicación y diálogo** con los Colegios de Abogados, grupo de interés clave, se ha creado un portal específico

que responde a las necesidades y sugerencias que estos plantean a través de distintas dinámicas de escucha. Su objetivo es atender a sus necesidades de información diaria y crear un espacio de intercambio entre los colegios y la Mutualidad.

Adicionalmente, en 2022 se marcaron las **nuevas directrices y líneas estratégicas en materia de transformación digital**, en el marco de la elaboración del nuevo Plan Estratégico 2023-2027.

