

Transformación digital para promotoras de seguros.

Maximiliano López

January 2025

1. La transformación digital no es una opción; es la diferencia entre mantenerse relevante o volverse obsoleto en un mercado que evoluciona cada día más rápido.

1.1. Argumentos para las promotoras de seguros.

- Ping An Insurance, una de las principales aseguradoras chinas, ha implementado soluciones basadas en inteligencia artificial (IA) para mejorar la eficiencia en la gestión de reclamos y la interacción con los clientes. Su sistema de reclamo inteligente utiliza tecnologías como la evaluación de daños mediante imágenes, reconocimiento óptico de caracteres (OCR) y biometría para agilizar el proceso de reclamaciones de seguros de automóviles. procesa el 95.5 % de las evaluaciones de accidentes en menos de 10 minutos y realiza pagos automáticos mediante inteligencia artificial, lo que mejora significativamente la experiencia del cliente y reduce costos operativos.

Además, Ping An ha desarrollado el "AI Customer Service", un servicio que permite la verificación remota de la identidad del cliente mediante la combinación de datos faciales y de voz. Esta innovación ha reducido significativamente el tiempo necesario para que los clientes gestionen sus asuntos en línea, ofreciendo un servicio seguro, confiable y eficiente en cualquier momento y lugar.

"La tecnología no solo mejora la eficiencia, sino que redefine la experiencia del cliente. Si no avanzamos ahora, quedaremos relegados en un mercado que se mueve más rápido que nunca. Un aspecto destacado de las posibilidades de la transformación digital para aseguradoras, es su capacidad para procesar reclamaciones de manera extremadamente rápida. Por ejemplo, hay un caso muy sonado, donde un cliente recibió el pago de su reclamación en apenas tres segundos después de presentarla a través de una

videollamada en la aplicación móvil. El sistema realizó verificaciones antifraude, validó la reclamación y procedió al pago de casi 1,000 dólares en daños domésticos de forma automática

- La adopción de la tecnología aumenta la confianza del cliente Las aseguradoras pueden utilizar IA para minimizar fraudes y operar con un modelo de negocio transparente, donando fondos no utilizados a causas sociales. La transparencia y la eficiencia tecnológica generan confianza. Al digitalizarse, lo que mejora sus operaciones y también fortalecen la relación con sus clientes.
- La automatización reduce costos y libera tiempo para tareas estratégicas, nuevamente Ping An, Insurance ha logrado reducir costos operativos mediante la automatización de procesos como la gestión de reclamaciones y análisis de riesgos. Automatizar procesos no elimina empleos, libera recursos para que puedan concentrarse en lo que realmente importa: atraer nuevos clientes y brindar un mejor servicio.
- Restricción a la Innovación: Los sistemas heredados son el principal obstáculo para la innovación en el sector de seguros y promotoras, limitando la capacidad de las aseguradoras para adoptar y beneficiarse de tecnologías avanzadas. IT USER

La obsolescencia tecnológica representa una amenaza significativa para el negocio de las aseguradoras, ya que dificulta la integración de tendencias digitales emergentes como la inteligencia artificial y el big data.

- Ahorro de Tiempo: La digitalización permite automatizar tareas manuales repetitivas, lo que se traduce en un ahorro de tiempo considerable y permite a los empleados enfocarse en actividades de mayor valor añadido.

Optimización de Procesos: La transformación digital facilita la optimización de todas las fases de los procesos en las aseguradoras, desde la conectividad hasta la automatización, mejorando la eficiencia y reduciendo la complejidad.

La falta de digitalización puede dificultar la adaptación a nuevas normativas y a las cambiantes demandas de los consumidores, afectando la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente.

2. Ejemplos de aseguradoras y promotoras disruptivas.

Según Generali (s.f) los clientes se apoyan cada vez más en las experiencias de otros usuarios para decidir sus compras y aprovechan las herramientas que tienen a su alcance (como los comparadores de seguros) para estar mejor informados. Los agentes ahora usan nuevas tecnologías para evaluar riesgos, gestionar pólizas y mejorar la atención al cliente.

Generali ha reconocido que la digitalización es un paso esencial para asegurar el futuro del sector asegurador y mantener a sus agentes competitivos en un entorno en constante cambio. Por esta razón, han implementado estrategias que combinan el uso de herramientas tecnológicas con programas de capacitación diseñados para reforzar tanto las habilidades tradicionales como las nuevas competencias digitales de sus agentes. Este enfoque integral permite que los agentes no solo se adapten a las demandas actuales del mercado, sino que también sean capaces de aprovechar las oportunidades que surgen con la transformación digital.

Además, Generali subraya que la digitalización facilita la optimización de los procesos internos, mejorando la eficiencia operativa y reduciendo los tiempos de respuesta en las interacciones con los clientes. También destaca que estas innovaciones contribuyen a ofrecer una experiencia más personalizada y ágil para los clientes, quienes valoran cada vez más las soluciones rápidas y accesibles. Este modelo no solo beneficia a los agentes al dotarlos de herramientas más efectivas, sino que también fortalece la relación con los asegurados al brindar un servicio de calidad superior y adaptado a sus necesidades.

Por último, la estrategia de Generali demuestra que la digitalización no se limita a implementar tecnología, sino que requiere un cambio en la mentalidad organizacional y en la forma de trabajar de los agentes. Al adoptar estas prácticas, los agentes pueden posicionarse como líderes en el mercado, fortaleciendo su papel como intermediarios clave entre las aseguradoras y los clientes (Generali, s.f.)

Los principales retos de la transformación digital en el sector asegurador

En el proceso de transformación digital del sector de seguros, se enfrentan ocho desafíos clave que determinan su éxito y sostenibilidad:

1. **Crear valor a partir de los datos:** Es fundamental establecer cómo se emplearán los datos para generar valor. Solo mediante un enfoque claro se podrán identificar aplicaciones específicas, como la personalización de ofertas, la mejora en la experiencia del cliente y su retención. Las decisiones basadas en datos (*data-driven*) son esenciales para guiar las estrategias de las aseguradoras.

2. **Optimizar la experiencia del cliente:** Comprender al cliente y ayudarle a descubrir si la oferta de la aseguradora responde a sus necesidades es clave. Este análisis debe abarcar todo el ciclo de vida del cliente, desde la captación inicial hasta su desvinculación.
3. **Desarrollar ecosistemas colaborativos:** Para adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores, las aseguradoras deben explorar nuevos escenarios y formar alianzas con otras empresas. Los clientes buscan soluciones completas, lo que fomenta la creación de ecosistemas integrados.
4. **Colaboración con insurtechs:** Las insurtechs suelen abordar problemas específicos con soluciones tecnológicas innovadoras. Para las empresas tradicionales surge el dilema de competir con estas startups o colaborar con ellas, combinando sus conocimientos y recursos.
5. **Implementar la omnicanalidad:** Proveer una experiencia consistente y optimizada a través de múltiples canales permite mejorar la relación con los clientes. Además, genera un conjunto de datos valiosos que facilitan la personalización de las interacciones comerciales.
6. **Gestión eficiente de márgenes:** La rentabilidad es un objetivo clave. La transformación digital puede reducir o incrementar los costos, dependiendo de las decisiones adoptadas. Es crucial definir objetivos claros para implementar tecnologías que habiliten nuevos modelos de negocio basados en la digitalización.
7. **Fortalecer la ciberseguridad:** Es indispensable garantizar la protección de los datos de los clientes y las plataformas digitales frente a posibles amenazas, cumpliendo con altos estándares de seguridad.
8. **Acelerar el cambio cultural y digital:** Adaptarse al entorno digital implica situar al cliente como prioridad y aprovechar las oportunidades que ofrece la innovación tecnológica. Este cambio requiere fomentar una mentalidad digital en toda la organización, con programas integrales de digitalización y un compromiso colectivo con la transformación.

Insurama, una insurtech española Especializada en seguros para dispositivos electrónicos y bienes de alto valor, ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, consolidándose en los mercados ibérico y latinoamericano.

- Innovación en Productos y Servicios
- Seguros sin copagos: La compañía ofrece una variedad de seguros sin copagos, incluyendo coberturas para dispositivos electrónicos como smartphones, tablets y smartwatches, seguros multidispositivo y productos para portátiles, cámaras, smartTVs y consolas, tanto para dispositivos nuevos como usados.

- ha introducido seguros para empresas y programas de garantías extendidas, adaptándose a las necesidades del mercado actual.
- Tecnología y experiencia del cliente: Insurama se destaca por su enfoque en la satisfacción del cliente, logrando resolver dudas en la primera interacción en el 92 % de los casos y obteniendo una valoración de 4.2 sobre 5 en su perfil de Google My Business, con más de 1,000 reseñas.
- Su tecnología permite a las empresas desplegar soluciones aseguradoras de manera ágil en todos sus canales, tanto en línea como fuera de línea, bajo los mismos principios empresariales que sigue Insurama en su venta directa al mercado.

En México, aproximadamente el 75 % de las aseguradoras han incorporado algún nivel de digitalización, enfocándose en áreas como la automatización de procesos, interacción con clientes y análisis de datos. AARCO, una de las promotorías de seguros más grandes del país, lidera esta evolución mediante la adopción de tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial (IA), aprendizaje automático y el internet de las cosas (IoT). Estas herramientas permiten a AARCO ofrecer servicios más personalizados y eficientes, adaptándose a las demandas del mercado moderno.

Durante el AARCO Fest Platino, celebrado a finales de noviembre en la Ciudad de México, Eduardo Beltrán, director de Normatividad y Gestión Corporativa de AARCO, destacó que la transformación tecnológica está revolucionando las operaciones de las aseguradoras y también está modificando la relación entre los agentes de seguros y sus clientes.

Beltrán enfatizó que herramientas tecnológicas como los chatbots y los asistentes virtuales, respaldados por inteligencia artificial (IA), están automatizando tareas rutinarias, mejorando significativamente la atención al cliente y reduciendo los tiempos de respuesta. Un ejemplo destacado es *Walter*, una solución desarrollada por AARCO que optimiza los procesos de sus agentes. Según Beltrán, *Walter* no solo responde consultas comunes, sino que también integra en un único sistema los procedimientos específicos de distintas aseguradoras, facilitando las operaciones diarias de sus colaboradores.

Además, AARCO ha adoptado sistemas que centralizan funciones esenciales del sector asegurador. Por ejemplo, su plataforma permite a los agentes enviar las condiciones generales de las pólizas directamente a los clientes, sin importar la aseguradora contratada. Este enfoque no solo asegura el cumplimiento normativo, sino que también agiliza los procesos y ofrece una experiencia uniforme para los usuarios finales.

Beneficios y desafíos de la digitalización

Beltrán señaló que uno de los mayores beneficios de la digitalización es la tranquilidad que proporciona a los agentes al concentrar toda la información relevante en un solo lugar. Esto les permite dedicar más tiempo a la atención personalizada de sus clientes. Sin embargo, también reconoció los retos que

implica esta transformación, especialmente para agentes menos familiarizados con las tecnologías digitales. Según Beltrán, es fundamental garantizar que todos los agentes, independientemente de su nivel de competencia tecnológica, tengan acceso sencillo a las herramientas e información necesarias.

El impacto de la digitalización en México

El sector asegurador en México está experimentando una transformación inevitable, impulsada tanto por la tecnología como por las crecientes exigencias del mercado. Iniciativas como las aplicaciones móviles de AARCO permiten a los clientes gestionar sus pólizas y consultar información clave directamente desde sus dispositivos móviles. Este avance no solo optimiza los procesos internos, sino que también fortalece la confianza y mejora la comunicación entre los agentes y los asegurados, posicionando a AARCO como un líder en innovación dentro del sector.

Referencias

- [1] Ping An Group. (2017). *Ping An launches AI-driven car insurance claims processor*. Recuperado de <https://group.pingan.com/media/news/News-2017/Ping-An-Launches-Ten-AI-Innovative-Services.html>
- [2] Generali. (s.f.). *Era digital y agentes de seguros: estrategias para el éxito*. Recuperado de <https://www.generalis.es/ser-agente/transformacion-digital-agente-seguros/>
- [3] Insurama. (2024). *Innovación en seguros para dispositivos electrónicos y bienes de alto valor*. Recuperado de <https://www.cinco dias.elpais.com/insurama>
- [4] AARCO. (2024). *Transformación tecnológica en la industria aseguradora*. Información obtenida del AARCO Fest Platino, Ciudad de México.
- [5] IT User. (2024). *La digitalización en el sector asegurador: retos y oportunidades*. Recuperado de <https://www.ituser.es/digitalizacion-seguros>
- [6] Ringover. (2023). *Transformación digital del sector seguros: los retos del futuro*. Recuperado de <https://www.ringover.es/blog/digitalizacion-seguros>
- [7] Debmedia. (2022). *Transformación digital en seguros: el paso que tu compañía aseguradora debe dar*. Recuperado de <https://debmedia.com/blog/transformacion-digital-en-seguros>