

Comunicado de prensa

El seguro de vida en una encrucijada: las nuevas tecnologías cambiarán el modo de funcionamiento y captación de consumidores de las aseguradoras

- Las nuevas tecnologías y capacidades de datos harán más eficiente la suscripción de seguro de vida y mejorarán la selección de riesgo y la fijación de precio
- Las aseguradoras de vida pueden utilizar tecnología y datos digitales para ampliar su alcance y mejorar la captación de consumidores
- Deberán adaptar sus modelos de negocio invirtiendo en nuevas tecnologías y actualizando sus estrategias de talento
- Los avances tecnológicos también presentan desafíos para las aseguradoras de vida, incluyendo cuestiones de privacidad de datos y el aumento de actores no tradicionales

Zúrich, 16 de diciembre de 2015 — El sector del seguro de vida está en una encrucijada: las nuevas tecnologías abren las puertas a una revolución en el modo en que las aseguradoras realizan sus actividades, manejan datos y captan consumidores. El último estudio *sigma* de Swiss Re *El seguro de vida en la era digital: se acerca una transformación fundamental* examina cómo las aseguradoras de vida han adoptado algunas de las capacidades ahora disponibles y cómo puede presentarse el futuro. Analiza cuestiones como el uso de Big Data, la computación cognitiva y de qué manera pueden los datos digitales ayudar a las aseguradoras a ampliar su alcance. El informe también estudia los inminentes desafíos a los que tienen que hacer frente las aseguradoras de vida, como crear una experiencia digital positiva para los consumidores, mantenerse al día respecto a los cambios regulatorios, especialmente en lo relativo a la privacidad de datos, y abordar la potencial colaboración con, o la competencia de, actores no tradicionales.

Media Relations, Zúrich
Teléfono +41 43 285 7171


Kurt Karl, Zúrich
Teléfono +41 43 285 3369

Clarence Wong, Hong Kong
Teléfono +852 2582 5644

Milka Kirova, Armonk
Teléfono +1 914 828 6503

Swiss Re Ltd
Mythenquai 50/60
Apartado postal
CH-8022 Zúrich

Teléfono +41 43 285 2121
Fax +41 43 285 2999

www.swissre.com
 @SwissRe

Las ventajas de la era digital ya se sienten en el seguro de vida. Nuevas fuentes de datos y plataformas en línea ofrecen novedosas posibilidades para almacenar y extraer información. La automatización de la suscripción, posibilitada por Big Data y nuevas herramientas analíticas, es una tendencia en alza y está ayudando a las aseguradoras a evaluar mejor los riesgos. Se verá impulsada hacia nuevas fronteras gracias a los avances en computación cognitiva, que aportarán más consistencia a las decisiones de suscripción y mayor rentabilidad a las operaciones comerciales.

«La integración de las capacidades de aprendizaje de sistemas cognitivos, además de sus algoritmos de lectura de texto y reconocimiento de voz, harán posible extraer información significativa de todas las fuentes de datos, incluyendo informes médicos no estructurados», comenta Kurt Karl, economista jefe de Swiss Re. «Al mismo tiempo, Big Data y las nuevas herramientas analíticas harán progresar el uso todavía incipiente de la suscripción predictiva en el seguro de vida».

Además, las nuevas tecnologías pueden utilizarse para mejorar el estado de salud de los consumidores y, en consecuencia, la selección de riesgo para las aseguradoras. Por ejemplo, hasta ahora la mayoría de los médicos había tenido capacidad limitada para hacer un seguimiento del estado de salud una vez que el paciente abandona el centro médico. En el futuro, podrán vigilar la frecuencia cardiaca de los pacientes de forma remota con dispositivos con acceso a Internet que se llevan puestos sobre el cuerpo, y así mejorar la detección temprana de riesgo de infarto. Esta información puede utilizarse para ajustar mejor y personalizar el tratamiento médico, facilitando un cambio hacia la evaluación de riesgo en tiempo real.

Atraer al consumidor

En cuanto a los consumidores, el informe analiza cómo las nuevas tecnologías pueden simplificar el proceso de solicitud de seguro de vida y hacerlo menos invasivo. Nuevas fuentes de datos y herramientas de modelos predictivos ofrecen oportunidades para identificar las necesidades de los clientes de una forma más granular. Esto puede ayudar a mejorar la relación entre aseguradoras de vida y consumidores. Las aseguradoras también pueden utilizar los nuevos formatos de comunicación e intercambio de información disponibles para que los productos resulten más accesibles y atractivos, por ejemplo, utilizando técnicas de ludificación para simplificar el proceso de solicitud.

Figura 1: Posibles ofertas de productos y servicios facilitados por la tecnología abiertos a las aseguradoras



Fuente: Swiss Re Economic Research & Consulting.

Además, la tecnología puede facilitar nuevas y más frecuentes formas de interacción con los consumidores, lo que ofrece una oportunidad para mejorar la retención del consumidor y localizar sus necesidades cambiantes. Por ejemplo, algunas aseguradoras de vida han introducido programas que recompensan a los consumidores por realizar actividades y elecciones de estilo de vida saludable, como ejercicio, revisiones periódicas y dejar de fumar. Estos programas pueden ser beneficiosos tanto para la lealtad del cliente como para la experiencia de siniestros y la salud del asegurado.

Las nuevas tecnologías también ofrecen potencial para llegar a nuevos segmentos de consumidores. Este ha sido el caso en los mercados emergentes, donde en la pasada década la distribución del seguro a través de dispositivos móviles ha crecido exponencialmente, llevando la cobertura de vida a muchos que anteriormente no estaban asegurados o estaban infrasegurados.

Oportunidades y desafíos

Para aprovechar las posibilidades de la era digital, las aseguradoras de vida tendrán la oportunidad de revisar y mejorar sus modelos de negocio e inversiones en tecnología, además de reconsiderar sus estrategias de talento. Esto implicará reconfigurar los sistemas tradicionales de TI en plataformas abiertas de innovación para acceder a nuevas fuentes de datos, obtener una perspectiva unificada del consumidor y ofrecer una experiencia consistente en los puntos de contacto con el consumidor.

Las aseguradoras de vida también adquirirán habilidades de aprovisionamiento adaptables. Los equipos de aprovisionamiento tradicionalmente han trabajado con unos pocos proveedores reconocidos, y tienen poca experiencia en el trabajo con empresas emergentes especializadas. Esta situación ya está cambiando. Algunas aseguradoras de vida han comenzado a estudiar colaboraciones con pequeñas empresas tecnológicas para crear sus propias capacidades de análisis de datos. Los avances tecnológicos podrían estimular nuevos modelos operativos para aseguradoras existentes, lo que les permitiría ofrecer servicios novedosos más allá del seguro tradicional.

Entre el abanico de oportunidades también se presentan desafíos. Las aseguradoras de vida necesitarán implementar nuevos procedimientos de gestión de riesgo, especialmente en torno a la protección de datos del consumidor. También será esencial hacer un seguimiento y adaptarse a los cambios regulatorios relativos al uso de datos digitales y analítica en la suscripción y en la venta transfronteriza. Además, las aseguradoras de vida deberán responder al aumento de actores no tradicionales. Los nuevos participantes presentan oportunidades para crear asociaciones mutuamente beneficiosas, pero también podrían convertirse eventualmente en competidores directos.

Notas a los redactores

Swiss Re

El Grupo Swiss Re es un proveedor líder de reaseguros, seguros y otras formas de transferencia de riesgos basadas en los seguros. El negocio del Grupo tiene lugar tanto de forma directa como también a través de corredores y su base de clientes global incluye aseguradoras, empresas de tamaño medio a grande y clientes del sector público. Swiss Re ofrece desde productos estándar hasta coberturas a la medida en todos los ramos del negocio y despliega la fortaleza de su capital, sus conocimientos especializados y sus innovaciones para contribuir a que sea posible asumir los riesgos, algo de lo que dependen las empresas y el progreso de la sociedad en general. Fundada en Zúrich, Suiza, en 1863, Swiss Re sirve a sus clientes a través de una red de más de 70 oficinas en todo el mundo y ha recibido la calificación «AA-» de Standard & Poor's, «Aa3» de Moody's y «A+» de A.M. Best. Las acciones nominativas del Grupo Swiss Re que posee la sociedad tenedora, Swiss Re Ltd, se cotizan en la bolsa suiza SIX de acuerdo con el International Reporting Standard y se negocian bajo el símbolo SREN. Si desea más información sobre el Grupo Swiss Re, visite www.swissre.com o siganos en Twitter @SwissRe.

Cómo solicitar el envío del estudio *sigma*:

La versión electrónica en inglés, alemán, francés y español del estudio *sigma* 6/2015, «El seguro de vida en la era digital: se avecina una transformación fundamental», está disponible en el servidor de Swiss Re: www.swissre.com/sigma. Las versiones en chino y japonés estarán disponibles en breve.

Las ediciones impresas de *sigma* N.º 6/2015 en inglés, francés, alemán y español ya están disponibles. Las versiones impresas en chino y japonés estarán disponibles en breve. Envíe su solicitud, indicando su dirección postal completa, a sigma@swissre.com

Cómo obtener una copia de este comunicado de prensa *sigma*:

La versión electrónica en inglés, alemán, francés, español y portugués de este comunicado de prensa *sigma* está disponible en el servidor de Swiss Re: www.swissre.com