

# Comunicado de prensa

## Según el último informe *sigma*: la digitalización está transformando el seguro tanto para los clientes como para los proveedores

- Las informaciones basadas en datos permiten realizar operaciones de seguro en tiempo real, mitigación de riesgo de valor añadido y ofrecer servicios de prevención y durante el ciclo de vida del cliente
- La disponibilidad de nuevas informaciones y puntos de contacto con el cliente transformará los modelos de negocio más allá de la cadena de valor de seguro existente
- Los mercados emergentes lideran con ofertas móviles y multicanal que amplían el alcance del seguro

Zúrich, 29 de enero de 2020 – La transformación digital capacita a los consumidores para estar más informados y ser más independientes que nunca, y equipa a las aseguradoras con las herramientas necesarias para satisfacer necesidades actuales y futuras de los clientes. Según el informe *sigma* «Seguro basado en datos: ¿preparados para la próxima frontera?», esto conduce al desarrollo de nuevos modelos de negocio basados en datos, que afectarán a toda la cadena de valor de seguro. Mientras los puntos de contacto proveedor-cliente se tornen predominantemente digitales, la interacción humana continuará desempeñando un papel fundamental: a través del análisis y la retroalimentación de los clientes, las aseguradoras podrán identificar en qué momento resulta más eficaz interactuar personalmente. Hasta la fecha, las aseguradoras de los mercados emergentes han sido líderes en la optimización del potencial ofrecido por la digitalización, dado que en muchos de estos mercados el punto de partida es digital en vez de analógico.

La disponibilidad de dispositivos con acceso a Internet y conectividad universal ha cambiado el comportamiento de los consumidores y sus expectativas, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Los consumidores, empoderados con información facilitada digitalmente, esperan un rápido acceso a la información, transparencia y una experiencia de compra más personalizada y adecuada a su estilo de vida.

«Como resultado de la digitalización, las aseguradoras tienen ahora conexión directa con sus clientes», dice Jeffrey Bohn, director de investigación e innovación de Swiss Re Institute. «Gracias a la disponibilidad de datos detallados, las aseguradoras pueden segmentar mejor a los clientes, lo que les permite desarrollar nuevos productos y servicios hechos a medida, y

Media Relations, Zúrich  
Teléfono: +41 43 285 7171


Evangelos Avramakis, Zúrich  
Teléfono: +41 43 285 4973

Thomas Holzheu, Armonk  
Teléfono: +1 914 828 6502

Jonathan Anchen, Bangalore  
Teléfono: +91 80 4616 7601

Swiss Re Ltd  
Mythenquai 50/60  
CH-8022 Zúrich

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

[www.swissre.com](http://www.swissre.com)  
 @SwissRe

perfeccionar los existentes en tiempo real. Esto beneficia a clientes y aseguradoras por igual»

### **Combinación de contacto digital y humano focalizado**

Debido al creciente detalle de la información sobre el comportamiento de los clientes, la función del seguro está evolucionando desde la indemnización de pérdidas hacia un servicio consultivo de más alcance sobre prevención y mitigación de riesgo que cubre las necesidades cambiantes de clientes comerciales y privados a lo largo del tiempo. Por ejemplo, las fuentes de datos digitales señalan cambios en las circunstancias vitales de un individuo, como el matrimonio, un nuevo hogar o un nuevo trabajo. Como respuesta, las aseguradoras pueden ofrecer orientación personalizada al cliente sobre próximas acciones de mitigación de riesgos predictivas y prescriptivas.

La relación directa con los clientes evolucionará a medida que se normalicen los nuevos canales y puntos de contacto, y procesos administrativos como la comercialización/ventas, la suscripción y la gestión de siniestros estén cada vez más automatizados. Para complementar las eficiencias de la digitalización, las aseguradoras podrán hacer un uso más eficaz de las informaciones y ajustar la interacción humana a circunstancias en las que los clientes esperan una respuesta empática, como una crisis de salud o el fallecimiento de un familiar. El contacto personal en áreas sensibles aportará un lado humano al seguro.

### **Nuevos modelos de negocio basados en datos**

Las aseguradoras operarán cada vez más en un entorno donde tendrán acceso continuo a diferentes fuentes de datos, incluyendo de proveedores de plataformas y objetos conectados, e información del comportamiento del consumidor y datos medioambientales. Esto provocará la aparición de nuevos modelos de negocio basados en datos que llevarán a las aseguradoras más allá de su cadena de valor existente. El verdadero efecto positivo se producirá gracias a las colaboraciones con proveedores de datos clave.

«La innovación continuará transformando el sector del seguro», dice Thierry Léger, director ejecutivo de Swiss Re Life Capital. «Los cambios en los entornos del riesgo, las variaciones en las actitudes de los clientes y los rápidos avances tecnológicos serán los impulsores clave de los próximos años. Es necesario que hagamos uso de la información extraída a partir de nuestros propios datos y de los de nuestros colaboradores para actualizar nuestras prácticas comerciales».

### **Los mercados emergentes lideran la marcha**

Hasta la fecha, las aseguradoras de los mercados emergentes se sitúan a la cabeza a la hora de optimizar el potencial de acceso a diferentes fuentes de datos y puntos de contacto con los clientes. Están colaborando con ecosistemas y plataformas digitales consolidadas para combinar funciones normalmente ofrecidas por empresas establecidas independientes en un servicio de «ventanilla única». Las aseguradoras aportan experiencia de

suscripción, mientras que los ecosistemas y las plataformas ofrecen acceso a los clientes a través de su capacidad para dirigirse a segmentos específicos y extraer información del comportamiento de los usuarios, y también ofrecen múltiples puntos de contacto para captar la atención del usuario.

La regulación jugará un papel fundamental en el apoyo a la integración de nueva tecnología y datos en el negocio del seguro en diferentes jurisdicciones. A la hora de aprovechar el potencial de la digitalización, las aseguradoras deberán gestionar requisitos locales de privacidad y protección de datos. A largo plazo, las aseguradoras con éxito serán aquellas que puedan aprovechar las informaciones obtenidas de sus inversiones y colaboraciones en datos y analíticas, y desarrollar convincentes soluciones de protección de riesgo alineadas con regulaciones en constante evolución.

#### Notas a los redactores

##### Swiss Re

El Grupo Swiss Re es un proveedor líder a nivel mundial de reaseguros, seguros y otras formas de transferencia de riesgos basadas en los seguros, que trabaja para hacer un mundo más resiliente. Prevé y gestiona riesgos, desde catástrofes naturales al cambio climático, pasando por el envejecimiento de la población y los delitos cibernéticos. El objetivo del Grupo Swiss Re es promover el desarrollo y progreso de la sociedad, creando nuevas oportunidades y soluciones para sus clientes. Con sede en Zúrich, Suiza, donde fue fundado en 1863, el Grupo Swiss Re opera a través de una red de más de 80 oficinas en todo el mundo. Está organizado en tres unidades de negocio, cada una con una estrategia distinta y un conjunto de objetivos que contribuyen a la misión global del Grupo.

##### Cómo solicitar el envío del informe *sigma*:

La versión en inglés de *sigma* 1/2020, «Seguro basado en datos: ¿preparados para la próxima frontera» está disponible en formato impreso y electrónico. Puede descargar la versión electrónica o solicitar copias impresas aquí:

<https://www.swissre.com/institute/research/sigma-research/sigma-2020-01.html>