

IDC México

2^{do} Seminario de Instituciones de Seguros

Innovación en el modelo de operación
y la experiencia del cliente en el sector
asegurador

Organizado por:



En alianza con:



PATROCINADORES

Premium Special



Premium



- **“Innovación en el modelo de operación y la experiencia del cliente en el sector asegurador”**
- **Conferencias, mesas de discusión, casos de éxito, paneles y networkings**

Organizado por IDC México en alianza con la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), se llevó a cabo el Segundo Seminario de Instituciones de Seguros “Innovación en el Modelo de Operación y la Experiencia del Cliente en el Sector Asegurador”.

Edgar Fierro, VP & Director General de IDC México, al dar la bienvenida afirmó que el objetivo es acercar en un solo evento áreas de tecnología, operación e innovación a un sector que es altamente usuario y que ha crecido, según estudios a nivel mundial, realizados por IDC.

Señalo que el objetivo es dar a conocer cuáles son las grandes soluciones tecnológicas que están impulsando y haciendo que el sector seguros tenga innovación, que pueda desarrollar nuevos modelos de operación y de negocio. Agradeció la participación de LogMeIn, Symantec, Indra, Softtek y Veeam.

Por su parte, el Director General de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), Recaredo Arias, subrayó la importancia de la Transformación Digital y el reto que significa insertarse e ir cerrando las brechas que tiene el sector financiero en general.

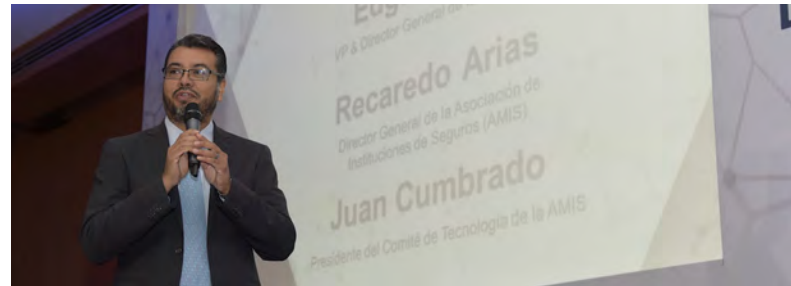
Destacó el uso de las Insuretech, que ya están generando el marco legal adecuado para definir cómo trabajar y buscar desarrollo y ventajas competitivas para las aseguradoras, aunque tienen requisitos regulatorios y de capital diferentes.

Agradeció a las instituciones como AXA, GNP y Seguros Banorte: “Por un lado es fundamental la Transformación Digital como un activo para ser competitivos pero también compartir conocimiento e información es muy útil para todos”.

“Es una mañana de mucho diálogo, de mucha comunicación con ustedes, para que el sector seguros siga innovando”

Edgar Fierro

VP & Director General, IDC México



En tanto, Juan Cumbrado, Presidente del Comité de Tecnología de la AMIS, afirmó que la única forma de hacer frente a este modelo nuevo de la Transformación Digital es la “cocreación”. Destacó que en el sector asegurador lo que antes eran competidores, ahora se vuelven aliados en muchas soluciones a los usuarios.

Aclaró que el objetivo es hacer más con menos, utilizar la tecnología, que es uno de los elementos claves en México y cualquier país. Por lo anterior, el Comité que preside, se encontraba sesionado durante el Segundo Seminario de Instituciones de Seguros.

*“La única forma de hacer frente a este modelo nuevo de la Transformación Digital es la **cocreación**”*

Juan Cumbrado

Presidente del Comité de Tecnología de la AMIS



Conferencia de Prensa

Edgar Fierro puntualizó que el sector asegurador es uno de los grandes impulsores de las Tecnologías de la Información con crecimientos en cuanto a grandes soluciones como: La Nube, Analytics o Big Data, Internet de las Cosas (IoT) y Seguridad, innovando en la Tercera Plataforma tecnológica.

Recaedo Arias habló de la constitución de la Unidad de Valor de Servicios de Tecnología de Información, para brindar servicios de interés general a todas las asociadas, pagando por consumo, lo que significa una gran transformación.

Juan Cumbrado puntualizó que el IoT y el Analytics facilitan el uso de y distribución de la información de los usuarios, mejorando y rediseñando nuevos productos y soluciones para los clientes. “Queremos crear un conjunto de soluciones sectoriales para tener mejor visión del mercado”, añadió.

“El gran reto que tenemos como sector asegurador es insertarnos en todo lo que es la Transformación Digital e ir cerrando las brechas que tenemos a nivel internacional”

Recaredo Arias

Director General de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)



Mientras tanto, durante su presentación: “Innovación en el Modelo de Operación y la Experiencia del Cliente en el Sector Asegurador”, Jorge Gómez, Director de Soluciones Empresariales de IDC México, recaló que el tema de la Transformación Digital no es solamente tecnológico, “el impacto que está teniendo forma parte de un círculo virtuoso, que depende del tema político y económico, así como el cambio generacional”.

Explicó que las compañías tradicionales de seguros no deben ser desplazadas por las Insuretech, cada una tiene ventajas y desventajas: “lo que estamos viendo no es el entorno de desplazamiento de una compañía por otra, sino un entorno de colaboración”.

Por su parte, Gustavo Boyde, Director de Marketing de LogMeIn Latinoamérica, habló sobre “Cómo la tecnología está cambiando el servicio de las Aseguradoras”. Afirmó que las aseguradoras tienen cuatro retos: reducción de costos, reducir plazos de siniestros, burocracia y evaluaciones imprecisas.

“Las empresas deberían tener cuatro aspectos: Seguridad de la Información, Privacidad de la Información, Métodos de autenticación avanzada y un Sistema de Gestión de Ciberseguridad”

Juan Carlos Carrillo, Director de CiberSeguridad de PWC, en alianza con Symantec



“Estamos viviendo un fenómeno de cambio como nunca antes habíamos visto”

Jorge Gómez, Director de Soluciones Empresariales de IDC México

Aseguró que la experiencia del cliente se vuelve cada vez más clave, las empresas necesitan ser multicanal, inmediatas y personalizadas. Es muy fácil cambiar de aseguradora en estos días, aclaró. Un usuario satisfecho se queda con el mismo contrato, además de recomendar a sus promotores.

A su vez, Juan Carlos Carrillo, Director de CiberSeguridad de PWC, en alianza con Symantec, destacó durante su ponencia “Cumplimiento y Reducción de Riesgos en el Sector Asegurador”, que la principal fuente de fuga de información de una empresa son los ex empleados.

Explicó que la problemática va por tres aspectos: riesgo, gobierno y cumplimiento. Al hablar de la seguridad informática de las empresas, aclaró que otras formas de perder datos tienen que ver con hackers de la competencia y empleados actuales.

Subrayó que muchas empresas tienen políticas de privacidad, otras tienen menos controles y muy pocas tienen monitoreo. También recaló la importancia de cumplir con las regulaciones del sistema y sobre todo, invertir más en ciberseguridad en México.

“El Rol de la Tecnología para acercar los Seguros al Cliente del Futuro”, fue el tema de Oscar Diez, Director de Minsait, Indra. Explicó que el poder está pasando a los clientes, teniendo una forma de vida hiperconectada, donde la experiencia vale más que el precio.

Mencionó las claves de la Transformación Digital, como la visión y separar ejes de actuación (transformar el negocio actual, crear el negocio del futuro y plantear nuevos modos). Declaró que es importante crear ecosistemas donde confluyan temas de ciberseguridad y ciberseguros para dar valor a los usuarios.



CASOS DE ÉXITO

Inteligencia Artificial

Frederic Bossert, Socio Comercial de TI, Salud y Vida de AXA

Como primer caso de éxito del Segundo Seminario de Instituciones de Seguros, Frederic Bossert, abordó la “Inteligencia Artificial”, describiendo el desempeño de “Watson”, una tecnología basada en un motor de reglas más un motor cognitivo que permite entender el lenguaje común.

Reveló cuatro lecciones aprendidas durante la implementación de esta tecnología, como recomendaciones para otras empresas:

- Preguntarse si realmente necesitan Inteligencia artificial.
- Definir un gobierno para el manejo del aprendizaje.
- Empezar el aprendizaje con casos sensibles dominados y de alto volumen.
- No subestimar el esfuerzo requerido para verbalizar un expediente.

Analytics en el Sector Asegurador

Eduardo Corona, Subdirector de Análisis de Información de GNP

“Analytics en el Sector Asegurador”, fue el segundo caso de éxito que desarrolló Eduardo Corona. Señaló que Big Data tiene tres niveles:

- Analítica Descriptiva (datos, información).
- Analítica Preventiva (tecnologías de la información).
- Analítica Prescriptiva (cómo y qué hacer para alcanzar metas).

Recalcó la importancia de permitir la transformación necesaria en las empresas para llegar a ser lo que los clientes necesitan, amigables y eficaces, con base en la información que ya proporcionaron, añadió que también es fundamental tener la capacidad de tomar las decisiones adecuadas en el manejo de Big Data y Analytics.



“El primer paso es tener toda la información para después poder hacer la analítica”.

Eduardo Corona
Subdirector de Análisis de Información de GNP

PANELES DE EXPERTOS

“La Innovación en el Sector Asegurador y la Disponibilidad en la era de la Transformación Digital”

Moderador: Edgar Fierro

Patrocinador: Veeam - Rodolfo Montes de Oca, Ingeniero en Sistemas Senior de Veeam

Participaron: Arantxa Sumano, Líder de Equipo y Transformación Digital de AXA, Juan Cumbrado, CIO & LATAM Norte de Mapfre y Alberto Hidalgo, Director de Crecimiento e Innovación de GNP.

Definieron que es primordial preguntar a los clientes lo que hace a una empresa confiable para ellos; el apoyo legal de líneas de negocio y de tecnologías de la información, proyectando metas futuras.

Hablaron de las métricas que tiene el sector asegurador para la innovación tecnológica, donde abordaron ideas como los prototipos de esquemas y factibilidades en respuestas. La presión por obtener buenos resultados obliga a las instituciones a estar al día en el desarrollo de las nuevas formas de vida.

Llamaron a ir creando juntos nuevas tecnologías, apoyándose y trabajando en equipo, para que, lejos de competir, sean compañeros en el nuevo rumbo digital que está tomando el sector asegurador, visto como una ventaja y no como una deficiencia.

CONCLUSIONES COMITÉ DE TECNOLOGÍA DE LA AMIS

Al concluir el Segundo Seminario de Instituciones de Seguros “Innovación en el Modelo de Operación y la Experiencia del Cliente en el Sector Asegurador”, en alianza con IDC, Juan Cumbrado, Presidente del Comité de Tecnología de la AMIS, agradeció a los participantes por ser parte de un evento como este, diseñado “para crecer todos juntos, que hagamos más cosas en conjunto, que va a permitir que todos podamos desarrollarnos mucho más, invirtiendo mucho menos, lo que al final, va a ser una ventaja para cada una de nuestras empresas”, y finalizó convocándoles a continuar participando en la siguiente edición.

“La Información como un activo: Analítica y Big Data vs la Transformación Digital”

Moderador: Jorge Gómez

Patrocinado: por Softtek - José Luis Sánchez, VP del Sector Financiero Softtek,

Participaron: Víctor Barrera de AXA y Daniel Lederman, Director de Relación con el Negocio y Estrategia de Tecnología de Seguros Banorte.

Jorge Gómez, abrió la discusión con el tema de las inversiones en el sector analítico por parte de las aseguradoras, que han ido creciendo en los últimos años. Los panelistas retomaron como respuestas la disponibilidad de la información, las herramientas tecnológicas disponibles y la inteligencia artificial, que les permiten actuar eficazmente con los usuarios.

Establecieron que las organizaciones en México y Latinoamérica deben tener una fuente única de la verdad, así como fomentar la creación de una función global de datos y convertir la información en útil para la toma de decisiones de negocios y ofrecerles mejores posibilidades a los clientes.

Subrayaron que no hay suficientes Data Scientist en el país con las capacidades de llevar a las empresas a las posiciones que desean, encontrando mucha dificultad para encontrarlos. También es complicado realizar proyectos de limpieza y estandarización de datos.



CONCLUSIONES IDC:

Innovación en la operación y la experiencia de cliente en el sector asegurador

El fenómeno de la Transformación Digital no es solo un fenómeno de cambio tecnológico, está impulsado por un lado por la nueva normalidad económica y por el otro, el relevo generacional. La nueva normalidad económica se refiere a que cada vez los tiempos entre una crisis financiera y el periodo de recuperación son más cortos.

A diferencia del siglo anterior donde cada 10 años se presentaba una crisis, en los 16 años que van del presente siglo se han presentado cada 3 años. Asimismo, la mejora en los niveles y calidad de vida, han dado como resultado que en la sociedad convivan activamente tres generaciones, cada una de ellas con sus valores, hábitos y costumbres particulares. A forma de un círculo virtuoso, el relevo generacional ha acelerado la adopción de nuevas tecnologías, -en México por ejemplo, se vendió en 2016 un smartphone cada segundo-. El desarrollo de nuevas tecnologías se sustenta en las necesidades de eficiencia y agilidad que un entorno económico desafiante y dinámico demanda a las organizaciones. A su vez, las nuevas tecnologías aceleran el dinamismo de la economía con disrupciones en los modelos de negocio exitosos por mucho tiempo y que son amenazados por nuevos modelos sustentados en tecnologías emergentes. Estos nuevos modelos responden a los hábitos de la nueva generación, cerrando este círculo virtuoso de cambio constante.

Los nuevos hábitos y costumbres de esta nueva generación, denominada Generación Y o Millennial, no son exclusivos a los nacidos en el periodo de 1980-2000. Algunos han contagiado a otras generaciones. Por ejemplo, el lujo ahora se define por conveniencia, traducido en realizar tus compras sin salir de casa, o bien un servicio de chofer de forma instantánea donde quiera que nos encontremos. Existen algunas características primordiales de consumo de esta generación que hay que considerar:

- **Conveniencia.** La facilidad para consumir un producto o servicio o bien interactuar con el proveedor del mismo en cualquier lugar y momento por el canal de comunicación preferido.
- **Todo como un servicio.** Ante las presiones de la nueva normalidad económica el consumo de servicios sobre la adquisición de activos tiene más sentido. Se paga únicamente por lo que se consume, con la facilidad de modificar las características del servicio en cualquier momento y de forma ágil.
- **Experiencia memorable.** No es el producto o el servicio lo que genera lealtad, es la experiencia en el consumo del producto y servicio. Desde la obtención de información del mismo, pasando por la adquisición del mismo y el servicio posterior
- **Economía compartida.** La nueva realidad económica y el cambio de valores y hábitos, empuja la maximización de los activos. La tecnología facilita el acercamiento a consumidores temporales de un bien, por ejemplo, un auto, una bodega, una habitación.



Estos fenómenos afectan a la industria del seguro en el mundo y en México. De acuerdo a las mediciones de IDC, la industria del seguro es una de las que están más rezagadas en la adopción de la Transformación Digital que comprende la adopción de tecnologías y procesos que respondan a los nuevos hábitos de consumo.



Los rezagos se ven, por un lado como consecuencia de las inversiones en tecnología que son mucho más bajas que otras industrias, por ejemplo, las inversiones en computo en la nube son 3 veces menores que las realizadas por la banca, y a pesar de ello presentan tasas de crecimiento similares, cuando lo esperado son tasas aceleradas de crecimiento en las industrias donde las inversiones son reducidas. Otro ejemplo, es el Internet de las Cosas (IoT), en donde el sector asegurador es quizá de los que más beneficios pudiera obtener, y sin embargo, son 30 veces menores a las que realiza la industria del transporte.

Existe un sector de organizaciones denominado Insurtech, que haciendo uso de tecnología buscan satisfacer las expectativas del nuevo consumidor: contratación conveniente del seguro por diferentes medios, experiencias memorables en su adquisición y en el momento de la verdad del seguro – el siniestro – 90 segundos para contratar y 3 minutos para recibir el pago de un siniestro son ya una realidad para este tipo de empresas.

Lejos de ser una amenaza para el sector tradicional de seguros, Insurtech presenta la oportunidad de colaboración, ya sea mediante alianzas, coinversiones

o incluso adquisiciones para enriquecer las capacidades de experiencia al cliente de las instituciones de seguros tradicionales.

En resumen, las instituciones de seguros deben considerar para una estrategia exitosa de acercamiento a los nuevos hábitos de consumo de los clientes:

- El cambio generacional va más allá de hábitos de consumo, hay cambio de hábitos de vida que afectarán el mercado del seguro
- Crisis es la nueva normalidad: no habrá mejor tiempo para invertir que hoy
- Internamente, deben fomentar el cultivo de nuevas ideas, probarlas, fallar rápido y barato. Luchar contra la natural aversión al riesgo del sector asegurador
- Colaboración entre Insurtech & Aseguradoras "Tradicionales" para obtener lo mejor de dos mundos.
- Buscar nuevos socios: industria automotriz, wearables, maquinaria, etc. para aprovechar nuevas tecnologías como IoT.



Organizado por:



En alianza con:



PATROCINADORES

Premium Special



Premium



Sobre IDC

International Data Corporation (IDC) es la principal firma mundial de inteligencia de mercado, servicios de consultoría, y conferencias para los mercados de Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Tecnología de Consumo. Durante más de 50 años, IDC ha venido ayudando a los profesionales de TI, ejecutivos de negocios y la comunidad de inversión, a tomar decisiones fundamentadas sobre la compra de tecnología y la estrategia de negocios. Más de 1,100 analistas proveen conocimiento global, regional y local sobre las oportunidades de la industria y las tendencias de tecnología en más de 110 países alrededor del mundo. IDC es una subsidiaria de IDG, empresa líder en tecnología, investigación y eventos.

Copyright

Esta publicación fue producida por IDC Latin America Integrated Marketing Programs. Los resultados de opinión, análisis e investigación presentados en ella han sido obtenidos de investigaciones y análisis independientes conducidos y publicados previamente por IDC, salvo especificación de patrocinio de algún proveedor en particular. IDC pone a disposición el contenido de IDC en una amplia variedad de formatos para su distribución por varias empresas. Tener la licencia para distribuir los contenidos de IDC no implica la adhesión del licenciatario o su opinión.

Copyright © 2017 IDC. Prohibida su reproducción total o parcial, por cualquier medio o forma, sin la autorización expresa y por escrito de su titular.