

Prensa Capgemini

Paqui López / Ángeles García Molero

Tel: +34 916577000

Miriam Sarralde / Jorge Majada

Tel: +34 696 005 743 / +34 648 963 167

Email: miriam.sarralde@trescom.es

jorge.majada@trescom.es

Prensa EFMA

Jan Lednarova (Efma)

PR Manager

Tel.: +421 915 225 611

E-mail: jana@efma.com

Las aseguradoras deben cambiar sustancialmente sus modelos de negocio para lograr la resiliencia climática

Informe Mundial de Seguros de No-Vida 2022: la investigación sugiere que sólo el 8% de las aseguradoras tiene un alto nivel de resiliencia; el 73% de los asegurados considera el cambio climático entre sus principales preocupaciones

Madrid, 19 de mayo 2022 - El Informe Mundial sobre Seguros de No-Vida de [Capgemini](#) y [Efma](#), publicado hoy, revela que el cambio climático está perjudicando al sector de los seguros. Además, destaca que las aseguradoras centradas en la creación de modelos de negocio respetuosos con el medio ambiente estarán mejor posicionadas para generar una mayor confianza con los clientes, al mismo tiempo que aumentarán su relevancia y rentabilidad. El informe inaugural, titulado "[Walking the Talk: How insurers can lead climate change resiliency](#)", aborda el impacto de uno de los problemas más acuciantes de los últimos tiempos en el sector de los seguros.

Un número cada vez mayor de fenómenos meteorológicos está repercutiendo negativamente en las aseguradoras, de las que se espera que sean capaces de proteger y prevenir futuros daños. El informe señala que:

- A nivel mundial, las pérdidas económicas provocadas por el cambio climático han aumentado en un 250% en las últimas tres décadas¹.
- El 73% de los asegurados apunta al cambio climático como una de sus principales preocupaciones.
- Las aseguradoras reflejan la inquietud de sus clientes, con un 40% que considera el cambio climático la principal prioridad, con la asegurabilidad y la rentabilidad como las principales cuestiones relacionadas con el clima.

Las catástrofes naturales han multiplicado por 3,6 las pérdidas aseguradas y por 2 las no aseguradas en los últimos 30 años². Aunque este hecho es preocupante, según el informe, supone también una oportunidad para que las aseguradoras adapten y reajusten sus modelos de negocio para servir a los clientes en un panorama en constante cambio.

Las aseguradoras orientadas al futuro integrarán las estrategias de mitigación del riesgo climático en sus modelos de negocio

Se requieren cambios esenciales para crear modelos de negocio resistentes y centrados en el cliente. El informe revela que más del 80% de los clientes particulares y de pequeñas empresas del sector

¹ Las pérdidas económicas comprenden el total de pérdidas por catástrofes naturales aseguradas y no aseguradas a nivel mundial.

² Swiss Re Institute, "Sigma Explorer;" consultado el 14 de marzo de 2022.

asegurador es muy consciente de la influencia climática y ha llevado a cabo al menos una acción centrada en la sostenibilidad en los últimos 12 meses. Sin embargo, es necesario esforzarse más para combatir los efectos perjudiciales del cambio climático, ya que solo el 8% de las aseguradoras encuestadas está avanzadas o son "Ganadores en resiliencia" (descritos en el informe como aquellos que cuentan con una sólida gobernanza, con capacidades avanzadas de análisis de datos, con un fuerte enfoque en la prevención de riesgos y que promueven la resiliencia a través de sus estrategias de suscripción e inversión).

Es necesario combinar la prevención de riesgos con la gestión de los mismos

Para "predicar con el ejemplo" en materia de resiliencia climática, las aseguradoras deben revisar sus propios modelos de negocio y compaginar la prevención y la gestión de riesgos. Las conclusiones del informe sugieren que un "marco de resiliencia climática" es clave para crear las capacidades necesarias en un panorama de riesgo cambiante. Asimismo, el estudio anima a las aseguradoras a replantearse los actuales modelos de evaluación de riesgos, a implementar la prevención de riesgos a escala y a impulsar estrategias de inversión y suscripción sostenibles, que vayan más allá de las exclusiones y desinversiones, para crear un ecosistema de resiliencia. El informe destaca que entre los considerados "Ganadores en resiliencia":

- El 82% tiene un responsable de sostenibilidad o equivalente.
- Cerca del 77% ha incorporado datos sobre el riesgo climático en sus productos y servicios.
- Casi el 60% está en fases avanzadas de implantación de modelos de precios basados en el aprendizaje automático.
- Cerca del 53% está accediendo a nuevas fuentes de datos, como datos de satélite, sensores remotos, estaciones meteorológicas, datos geográficos, datos de redes sociales, modelos ESG y niveles de agua para proporcionar una información de riesgo precisa, detallada y en tiempo real.

"El impacto del cambio climático está obligando a las aseguradoras a dar un paso adelante y a desempeñar un rol superior en la mitigación de riesgos. Las aseguradoras que den prioridad a la sostenibilidad estarán tomando decisiones empresariales inteligentes a largo plazo que repercutirán positivamente en su relevancia y crecimiento futuros. La clave es combinar las innovaciones en materia de transferencia de riesgos con la prevención de los mismos y asignar la responsabilidad dentro de un equipo ejecutivo para garantizar que los objetivos sean prioritarios", señala Seth Rachlin, Responsable Global del Sector Asegurador en Capgemini.

La resiliencia climática debe ser parte integral de una estrategia de sostenibilidad corporativa

El informe concluye con tres acciones clave para impulsar los procesos de resiliencia de las aseguradoras ante el cambio climático y aumentar su relevancia y rentabilidad. En primer lugar, las aseguradoras deben integrar la resiliencia climática en su estrategia de sostenibilidad corporativa con acciones claras asignadas a los miembros de la cúpula directiva para garantizar la propiedad y la responsabilidad. En segundo lugar, las aseguradoras deben replantearse su enfoque innovador para reducir la brecha entre los objetivos a largo plazo y la planificación a corto plazo, integrando la resiliencia en toda la cadena de valor de una compañía de seguros. Por último, las aseguradoras deben rediseñar su estrategia tecnológica poniendo foco en la innovación de productos, la experiencia del cliente y la responsabilidad ciudadana. Esto lo lograremos integrando tecnologías como el IoT, el Cloud, la IA, el ML y la computación cuántica.

"Si bien la mayoría de las aseguradoras reconocen el impacto del cambio climático, queda mucho por hacer en lo que respecta a acciones concretas para desarrollar estrategias de resiliencia

climática. A medida que los clientes siguen mostrando una mayor atención a los efectos del cambio climático en sus vidas, las aseguradoras deben poner de relieve su propio compromiso mediante la evolución de sus ofertas, tanto para reconocer el papel fundamental que desempeña la sostenibilidad en nuestro sector como para seguir siendo competitivas en un mercado en constante cambio", afirma John Berry, Director General de Efma.

Metología del Informe

El Informe Mundial de Seguros de No-Vida 2022 se basa en dos fuentes principales: la Encuesta Global de la Voz del Cliente de Seguros 2022 y las Entrevistas Globales a Ejecutivos de Seguros 2022. Estas investigaciones principales cubren conjuntamente la información de 29 mercados: Alemania, Arabia Saudí, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Colombia, Dinamarca, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, Francia, Hong Kong, India, Italia, Japón, Luxemburgo, México, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica y Suecia.

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial que acompaña a las empresas para transformar y gestionar su negocio aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía cada día por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para construir un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con más de 340.000 profesionales en más de 50 países. Con una sólida trayectoria de 55 años y su gran conocimiento sectorial, Capgemini es reconocida por sus clientes por la capacidad de respuesta a las necesidades de su negocio, desde la estrategia y el diseño hasta la gestión de operaciones, todo ello impulsado por la innovación en áreas como el Cloud, los datos, la IA, la conectividad, el software y las plataformas y entornos digitales. En 2021, el Grupo registró unos ingresos globales de 18.000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/es-es/

Acerca de la Efma

Organización mundial sin ánimo de lucro creada en 1971 por bancos y compañías de seguros, Efma facilita la creación de redes entre los responsables de la toma de decisiones de los servicios financieros. Proporciona información de calidad para ayudar a los bancos y aseguradoras a tomar las decisiones correctas para fomentar la innovación e impulsar su transformación. Más de 120 grupos financieros en más de 130 países son miembros de Efma. Con sede en París. Oficinas en Londres, Bruselas, Andorra, Milán, Bratislava, Estambul, Dubai, Tokio, Kuala Lumpur y Seúl.