

## **Informe mundial de seguros 2019 de Capgemini**

### **Los clientes de seguros demandan una mayor la cobertura ante los riesgos emergentes**

***El estudio de Capgemini señala que los clientes solicitan seguros más completos y personalizados que subsanen las deficiencias de cobertura de los productos actuales y aborden los nuevos riesgos***

**Madrid, 14 de mayo de 2019.** Los clientes de seguros se muestran cada vez más preocupados por el hecho de que sus coberturas hayan llegado a ser insuficientes ante los riesgos emergentes a los que están expuestos, tales como la ciberseguridad o los medioambientales, según el informe del World Insurance Report 2019 publicado por [Capgemini](#) y [Efma](#). Las aseguradoras están menos preparadas para el cambio que sus clientes, que, en su mayoría, quieren una cobertura más completa y dinámica. Al mismo tiempo, las compañías de seguros tienen ante sí una gran oportunidad de combinar tecnología y colaboración para adelantarse a las macro tendencias y convertirse en aliados más proactivos de sus clientes.

Estas son algunas de las principales conclusiones del informe:

#### **Las aseguradoras han tardado en responder a los nuevos riesgos**

El informe identifica cinco macro tendencias que están generando nuevos riesgos en el escenario asegurador, que impactan tanto a los clientes de seguros como al negocio de las compañías: patrones medioambientales disruptivos (frecuencia de catástrofes naturales, agotamiento de los recursos, responsabilidades medioambientales...), avances tecnológicos (ciberriesgos, usos de la IA...), cambios en las tendencias sociodemográficas (envejecimiento de la población, cambios de hábitos, evolución de los patrones del trabajo...), nuevas preocupaciones médicas y sanitarias (incremento de costes, enfermedades crónicas...) y evolución en el entorno de negocios (nuevos modelos de negocio, regulación, burbujas de deuda...). Sin embargo, el informe sugiere que la mayor parte de las aseguradoras están siendo lentas en responder a estas tendencias y cubrir la necesidad de los clientes. Desde el punto de vista de los clientes de seguros, menos del 25% de las empresas y menos del 15% de los particulares consideran que tienen la cobertura suficiente frente a cualquiera de los riesgos generados por estas macro tendencias. Por otra parte, menos del 40% de las compañías de seguros de vida y salud considera que ha estructurado una cartera de nuevos productos que cubra con holgura los riesgos emergentes.

#### **La cobertura frente a los nuevos riesgos es insuficiente**

La lenta respuesta a las nuevas amenazas ha creado importantes lagunas en la cobertura de los clientes expuestos a esos riesgos. Según estimaciones del informe, el 83% de los clientes particulares de seguros tiene una exposición media o alta a ciberataques y al riesgo de vivir más que sus ahorros; dicho de otro modo, tan solo el 3% y el 5% de los clientes expuestos a estos dos riesgos, respectivamente, tiene una cobertura suficiente. Entre las empresas, el 81% tiene una exposición media o alta a la subida creciente de los costes de cobertura sanitaria de los empleados, pero solo el 17% está bien cubierto ante este riesgo; el 87% tiene una exposición media o alta a ciberataques, si bien menos del 18% está debidamente asegurado; y casi el 75% está expuesto a los riesgos crecientes de catástrofes naturales, aunque solo un 22% está cubierto de forma efectiva.

### **Los consumidores están más preparados para el cambio que las aseguradoras**

Ante la evolución del contexto de los seguros, los clientes están demostrando una mayor disposición al cambio que los proveedores. Más de la mitad (55%) de los clientes está dispuesto a probar nuevos modelos de seguros, pero sólo una cuarta parte (26%) de las aseguradoras está invirtiendo en ellos. A pesar de que un 37% de los clientes se muestra muy dispuesto a compartir datos adicionales a cambio de un mejor control de riesgos y servicios de prevención, solo un 27% de las aseguradoras se muestra capaz de gestionar datos en tiempo real para crear modelos de riesgo.

### **Las aseguradoras deben innovar y convertirse tanto en aliados como en proveedores de servicios o soluciones de prevención**

Las aseguradoras deben responder a los nuevos riesgos y demandas de los clientes adoptando las nuevas tecnologías y creando alianzas. Las capacidades de evaluación de riesgos pueden mejorar de manera significativa mediante el uso de tecnologías como el *machine learning*, la inteligencia artificial y la analítica avanzada, así como con la colaboración efectiva con Insurtechs. El avance en estas áreas ha sido heterogéneo: una mayoría (57%) opera ya con sistemas de *machine learning*, IA y analítica avanzada, pero solo un 29% ha adoptado técnicas de valoración automática de riesgos y únicamente el 20% genera análisis en tiempo real a partir de dispositivos IoT.

Según el informe, el progreso tecnológico debe ir acompañado de un cambio en las actitudes o visiones. Hasta ahora, las aseguradoras se han visto como meros pagadores de indemnizaciones, pero su rol debe evolucionar para asumir también funciones de colaborador y proveedor de servicios de prevención, de cara a trabajar más estrechamente con los clientes para mitigar riesgos y prestar servicios bajo demanda.

*"Las nuevas tendencias de riesgos y las crecientes demandas de los clientes están cambiando drásticamente el panorama de los seguros y las compañías aseguradoras deben responder con agilidad a estos cambios", afirma Anirban Bose, CEO de la Unidad Estratégica de Negocio de Servicios Financieros de Capgemini y miembro del Comité Ejecutivo. "Este estudio pone de manifiesto la falta de una cobertura adecuada en materia de riesgos emergentes, aunque también da cuenta de la gran ventana de oportunidad para las entidades aseguradoras. Aquellas que puedan hacer evolucionar sus productos por medio de la tecnología, colaborar con el ecosistema innovador y posicionarse como aliados y proveedores de servicios y soluciones de prevención para sus clientes, serán las que más se beneficien".*

"El informe señala que el futuro de los seguros estará claramente orientado hacia la colaboración", explica a Vincent Bastid, secretario general de Efma. "Los proveedores de seguros deben colaborar con partners que aporten altos conocimientos y experiencia en áreas como la inteligencia artificial o la analítica avanzada. Al mismo tiempo, deben convertirse en verdaderos socios de sus clientes y trabajar más estrechamente con ellos para ofrecer servicios más adaptados a las necesidades particulares de cada uno de ellos".

### **Metodología del estudio**

El informe *World Insurance Report (WIR) 2019* abarca los tres segmentos principales de la actividad aseguradora: vida, no vida y salud. El informe analiza los datos obtenidos de dos fuentes principales: la encuesta Global Insurance Voice of the Customer Survey de 2019 (entre más de 8.000 clientes de seguros consultados, tanto particulares como empresas) y la Global Insurance Executive Interviews de 2019 (incluyendo más de 140 entrevistas en profundidad con altos directivos expertos del sector). Ambas recopilan información de 28 mercados: España, Francia, Italia, Bélgica, Finlandia, Alemania, Grecia, Países Bajos, Noruega, Suecia, Suiza, Portugal, Reino Unido, Polonia, Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Australia, China, Hong Kong, la India, Japón, Filipinas, Singapur, Sudáfrica, Turquía y Emiratos Árabes Unidos. Para más información, puede consultar el informe en [www.worldinsurancereport.com](http://www.worldinsurancereport.com).

### **Acerca de Capgemini**

Un líder global en servicios de consultoría, servicios de tecnología y transformación digital, Capgemini está a la vanguardia de la innovación para abordar la diversidad de oportunidades que tienen sus empresas clientes en el dinámico entorno de las plataformas, la nube y lo digital. Respaldada por una sólida trayectoria de 50 años y una dilatada experiencia multisectorial, Capgemini ayuda a las compañías a alcanzar sus objetivos de negocio mediante una amplia gama de servicios que cubre desde la estrategia, hasta las operaciones. Capgemini actúa bajo la firme convicción de que el valor de negocio de la tecnología se genera y desarrolla a través de las personas. Capgemini es una compañía multicultural de 200.000 profesionales, presente en más de 40 países y, en 2018, registró unos ingresos mundiales de 13.200 millones de euros.

Más información en <https://www.capgemini.com/es-es/>

*People matter, results count*

### **Acerca de Efma**

Efma es una organización sin ánimo de lucro fundada en 1971 por bancos y aseguradoras que facilita las relaciones entre los máximos responsables de las entidades. Proporciona información de calidad para ayudar a bancos y aseguradoras a tomar las decisiones apropiadas para promover la innovación y conducir su transformación. La organización está formada por más de 3.300 marcas de 130 países, tiene su sede en París y oficinas en Londres, Bruselas, Andorra, Estocolmo, Bratislava, Dubái, Milán, Montreal, Estambul, Pekín y Singapur.

Para más información: [www.efma.com](http://www.efma.com)