

Los directivos de las aseguradoras son optimistas sobre el impacto de la IA en la suscripción de seguros y la reducción de fraudes, mientras que los clientes aún desconfían

- *El 62% de los ejecutivos de seguros reconoce que la inteligencia artificial/machine learning (IA/ML) mejora el servicio de suscripción y reduce el fraude.*
- *El 43% de los suscriptores confía en las recomendaciones automatizadas de las herramientas de análisis predictivo y las acepta con normalidad, pero muchos dudan por la complejidad y la integridad de los datos.*

Madrid, 17 de abril de 2024 - El [Informe Mundial sobre Seguros de No-Vida 2024](#) del Instituto de Investigación Capgemini, publicado hoy, revela que las posibilidades de suscripción de las aseguradoras están siendo restringidas por limitaciones organizativas. Según el informe, solo el 8% de las aseguradoras de No-Vida (NV) son consideradas "pioneras" en la suscripción, superando a las principales aseguradoras, ya que aprovechan la IA para tomar decisiones con conocimiento y evaluaciones de riesgo precisas con eficiencia. Estos líderes del sector impulsan una mayor colaboración y transparencia con el cliente, manteniendo a los suscriptores en el centro de todas las tomas de decisiones.

Aumentan los retos para las aseguradoras de No-Vida

A medida que la presión inflacionista afecta a los bolsillos de los asegurados, aumenta la demanda de precios asequibles, sencillez y transparencia por parte de las aseguradoras. Según el informe, el 42% de los asegurados considera que el actual proceso de suscripción es complejo y largo. Además, el 27% de los asegurados cambió de proveedor en los dos últimos años en busca de primas más bajas (60%) y mejor cobertura (53%).

Aunque las primas han aumentado, las prácticas de suscripción se han resentido, ya que los ratios combinados han superado el 100% debido a las catástrofes naturales, la evolución de los riesgos debido a la innovación tecnológica, como las ciberamenazas y la aparición de la IA generativa, y la complejidad normativa. La investigación de Capgemini muestra que los ejecutivos del sector citan importantes barreras organizativas que afectan a su capacidad para deleitar al cliente: acceso insuficiente a los datos (54%), sistemas heredados (51%) y falta de talento cualificado (47%).

"El asegurador actual opera en uno de los entornos más precarios que se recuerdan. El sector debe reaccionar ante esta volatilidad replanteándose las normas de suscripción", afirma Adam Denninger, Director Global del sector de seguros de Capgemini. "Requiere alejarse de los modelos heredados mediante la modernización de los sistemas centrales y el despliegue de tecnologías avanzadas que impulsen mejores resultados y transparencia. Adoptar conocimientos y automatización impulsados por IA es crucial para que la industria tome



el camino hacia la rentabilidad de la suscripción que se adapte a la evolución de la dinámica del riesgo y los comportamientos de los asegurados."

La confianza de los suscriptores es clave para obtener beneficios pioneros

El informe revela que el 62% de los ejecutivos reconoce que la inteligencia artificial/machine learning (IA/ML) está elevando la calidad en la suscripción y reduciendo el fraude. A pesar de estos beneficios, sólo el 43% de los suscriptores confía y acepta regularmente las recomendaciones automatizadas de las herramientas de análisis predictivo de apoyo a la toma de decisiones. Esta reticencia se debe a la percepción de una complejidad excesiva (67%) y a la preocupación por la integridad de los datos (59%). Las aseguradoras pueden superar esta reticencia, según el informe, implicando a los suscriptores desde el principio para garantizar su aceptación, manteniendo al "ser humano en el circuito" para garantizar que los modelos de IA/ML sean comprensibles y transparentes, y evaluando continuamente los progresos.

Aunque algunas aseguradoras se muestran prometedoras en estas áreas, no son muchas las que muestran con éxito las cualidades "pioneras"¹ para ofrecer decisiones de suscripción rápidas, imparciales y con visión de futuro. Dotados de las capacidades de suscripción avanzadas adecuadas, los pioneros pueden esperar obtener beneficios en eficiencia (mayor velocidad y menores gastos), precisión (costes de siniestros y detección de fraudes) y experiencia del cliente (nuevos negocios y retención de asegurados). El análisis concluye que menos del 13% de este grupo no alcanza los objetivos empresariales asociados a estas prioridades, frente al 21-36% de las aseguradoras convencionales.

La suscripción simplificada comienza con la obtención de información detallada sobre los datos.

La mayoría (83%) de los ejecutivos de seguros de No-Vida creen que los modelos predictivos son fundamentales para el futuro de la suscripción, pero sólo el 27% afirma que su empresa dispone de capacidades avanzadas. El camino hacia la obtención de información práctica y basada en datos empieza por aprovechar un ecosistema de datos seguro.

En todo el mundo, el 53% de los asegurados expresa su preocupación por la cantidad de información personal que recopilan las aseguradoras. Sin embargo, casi dos tercios dicen que estarían dispuestos a compartir más datos a cambio de transparencia, descuentos y garantías de que su información está segura. Este sentimiento representa una oportunidad para ampliar las propuestas de mitigación de riesgos y mejorar la asegurabilidad, al tiempo que se fomenta el compromiso y la confianza, lo que conduce a una mayor retención de clientes.

Las aseguradoras de No-Vida se enfrentan a un reto considerable a la hora de satisfacer las necesidades de datos de sus suscriptores, ya que existen diferencias significativas entre la importancia de los distintos tipos de datos y la madurez de la capacidad de datos de las aseguradoras. Según el informe, el 49% de los suscriptores valora los datos de imágenes de drones, pero muy pocas aseguradoras están equipadas para soportarlos y analizarlos eficazmente. Del mismo modo, uno de cada dos suscriptores quiere datos de dispositivos conectados para obtener información en tiempo real sobre activos personales y comerciales, aunque solo el 12 % de las aseguradoras puede captar esos datos de forma eficaz.

¹ Los aseguradores pioneros aprovechan activamente la tecnología avanzada para ofrecer recomendaciones y decisiones basadas en datos en tiempo real. Al integrar a la perfección fuentes de datos tradicionales y de terceros, estos pioneros fomentan un ecosistema de colaboración que mantiene a los suscriptores en el centro y promueve la transparencia con los clientes.



Según el informe, la consiguiente falta de dominio de los datos está perjudicando a la actividad principal de las aseguradoras, ya que la evaluación incompleta del riesgo afecta al 77% de ellas. Con unos recursos de datos deficientes, el 73% de las empresas se enfrentan a una precisión limitada en la tarificación, lo que impide una cobertura adecuada de los siniestros y, en última instancia, puede poner en peligro la solvencia. Otro 70% afirma que las decisiones de suscripción incoherentes son un problema predominante.

Metodología del informe

El Informe Mundial de Seguros de No-Vida 2024 extrae datos de tres fuentes primarias: la Encuesta Global de la Voz del Cliente de Seguros 2024, la Encuesta Global de Ejecutivos de Seguros 2024 y la Encuesta Global de Suscriptores de Seguros 2024. El informe se centró en 18 mercados: Alemania, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Hong Kong, India, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia.

Acerca de Capgemini

Capgemini es un socio global de transformación empresarial y tecnológica, que ayuda a las organizaciones a acelerar su transición dual hacia un mundo digital y sostenible, al tiempo que crea un impacto tangible para las empresas y la sociedad. Es una organización responsable y diversa que cuenta con 340.000 profesionales en más de 50 países. Con una sólida trayectoria de más de 55 años, Capgemini cuenta con la confianza de sus clientes para liberar el potencial de la tecnología y dar respuesta a todas sus necesidades empresariales. Ofrece servicios y soluciones integrales aprovechando sus puntos fuertes, desde la estrategia y el diseño hasta la ingeniería, todo ello impulsado por sus capacidades líderes en el mercado en IA, Cloud y datos, combinadas con su gran experiencia en el sector y su propio ecosistema de socios. En 2023, el Grupo registró unos ingresos globales de 22.500 millones de euros.

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

Acerca del Instituto de Investigación Capgemini

El Instituto de Investigación Capgemini es el grupo de expertos interno de Capgemini sobre todo lo digital y su impacto en todos los sectores. Es el editor de la emblemática Serie de Informes Mundiales de Capgemini desde hace más de 25 años con un enfoque dedicado a los Servicios Financieros y publica liderazgo de pensamiento sobre digitalización, innovación, tecnología y tendencias empresariales que afectan a bancos, empresas de gestión de patrimonios y aseguradoras de todo el mundo. Una agencia independiente calificó un reciente Informe Mundial sobre Banca Minorista, publicado por el Instituto, como una de las 10 mejores publicaciones entre las empresas de consultoría y tecnología a nivel mundial.

Visítenos en <https://worldreports.capgemini.com>