

Francisco Moure de la Fuente
Vicepresidente
Servicios Financieros
Capgemini Iberia & Latam

El impacto de las nuevas tecnologías en el negocio asegurador

La tecnología ofrece cada día nuevas posibilidades para el negocio, y con ellas la libertad para que las compañías elijan en qué quieren centrar sus mayores esfuerzos, para diferenciarse y ganar mercado utilizando la innovación tecnológica como una palanca de la competitividad.

TechnoVision 2012 es el resultado de un estudio realizado por Capgemini en el que se exponen algunas consideraciones sobre la previsible evolución de la tecnología y sobre el impacto que dicha evolución tendrá en nuestros clientes y en nuestras organizaciones.

El informe identifica las tecnologías más relevantes y las agrupa en 7 grandes ámbitos (Clusters) con el objetivo de facilitar el descubrimiento de estas verdaderas oportunidades de innovación.

La clave de su utilización está en contrastar las necesidades del negocio con las tendencias tecnológicas identificadas, de manera que la estrategia de IT esté alineada con las mismas.

Las 7 tendencias identificadas son las siguientes:

- **Tú experimentas:** Los canales de contacto con nuestros clientes se multiplican y diferencian, personalizándose cada vez más.
- **De la transacción a la interacción:** nuestros clientes demandan cada vez más espacio para la colaboración e interacción con nuestras empresas.
- **Agilidad en los procesos:** Las organizaciones necesitan procesos más flexibles y diferenciadores para afrontar los retos de un mercado cada vez más dinámico.
- **Creciendo con los datos:** El éxito depende cada vez más de la “inteligencia” para obtener y analizar en tiempo real la información.
- **Aplicaciones sectoriales como servicios:** la adquisición o subcontratación “a la carta” de los servicios comunes y no diferenciadores ayuda a que las organizaciones se centren en su diferenciación.
- **“Infoestructura” invisible:** se trata de disponer de una infraestructura que proporcione de manera transparente todos los servicios necesarios: conectividad, seguridad, etc.
- Por último, los **estándares abiertos y la orientación a servicios** proporcionan la base común para que todas las tendencias anteriores sean posibles.

Todas estas tendencias en la innovación tecnológica son aplicables al negocio asegurador y pueden ayudar a solventar algunos a los que actualmente se enfrenta el Sector y que a modo ejemplo enumeramos algunos de ellos:

- Adaptación al nuevo Marco regulatorio: cumplir con la creciente y cambiante regulación, tanto en operativa como en auditoría (reporting).

- Ofrecer productos combinados, que vayan más allá de una sola organización.
 - Seguros de vida de una compañía y de auto de otra. Coche más seguro.
 - Oficinas multiventa.
- Gestionar la multicanalidad en el contacto con el cliente:
 - La visión de la Empresa por parte del cliente debe ser única: Los productos y servicios (y, por tanto, los procesos de negocio) deben ser los mismos independientemente del canal.
 - La visión del cliente debe ser única para la Empresa: los datos del cliente deben estar conectados.
- Personalizar los productos y servicios, segmentando los clientes objetivo.
- Automatizar y optimizar los procesos de negocio, con el fin de reducir costes e incrementar la calidad, eliminando tareas innecesarias o redundantes.
- Mejorar la visibilidad interna sobre los procesos y sobre el modelo de negocio

Technovision 2012, es por tanto una guía de referencia especialmente adecuada para entender como podemos afrontar con éxito desde la innovación tecnológica todos estos retos del Sector asegurador y transformarlos en oportunidades que aporten el máximo valor a nuestras clientes, accionistas y organizaciones.