

“El sector asegurador debe abrirse a la era digital”

Nathalia López González, profesional de Medios y Comunicaciones
Fasecolda

Antoine Baronnet, experto en seguros de la Geneva Association (Suiza), resalta que la industria no puede quedarse en el modelo tradicional y debe enfrentar los retos que traiga el usar la tecnología en sus procesos.

La tecnología es lo de hoy. No hay sector económico que no se haya dejado cautivar por sus encantos y, el asegurador, no es la excepción. Aunque en algunos países el fenómeno es más evidente, las compañías de seguros están haciendo un gran esfuerzo por ir a la vanguardia e incorporar la tecnología en sus modelos de aseguramiento.

Ese fue precisamente el panorama que Antoine Baronnet, subsecretario general de la Geneva Association (Suiza), expuso durante su intervención en la Convención Internacional de Seguros 2017, que tuvo lugar en Cartagena de Indias, en el mes de octubre.

Baronnet presentó el estudio *Harnessing technology to narrow the insurance protection gap* (Aprovechando la tecnología para reducir la brecha en seguros), que llevó a cabo la asociación suiza, experta en seguros.

Según el europeo, “el sector asegurador también sentía curiosidad sobre cómo iba a ser esto de las tecnologías; si iba a ser positivo o si iba a ser peligroso. Eso era exactamente lo que queríamos saber cuando hicimos el estudio”.

Para Baronnet, la implementación de la tecnología en los seguros traerá una mayor recuperación luego de un desastre y también permitirá mitigar lo que él denomina como ‘el peligro moral’ y que hace referencia al mal comportamiento de los asegurados cuando saben que tienen un seguro que los respalda ante cualquier eventualidad.

Al dejar atrás el modelo convencional e incorporar la tecnología en los seguros, también se reducirá la brecha de la información, ya que los potenciales compradores de seguros podrán acceder a Internet para



↑ Antoine Baronnet, experto en seguros de la Geneva Association (Suiza)

comparar los precios que ofrecen las aseguradoras y mirar cuál les resulta la mejor opción, así como sucede al comprar cualquier producto online.

Pero, según advierte el experto, la dinámica también cambiará para las compañías de seguros, pues “la información que necesiten podrán adquirirla digitalmente, lo cual va a permitir, por un lado, un mayor discernimiento entre los riesgos y, por otro, reducir los costos de transacción”.

La transición no será sencilla

Ante este panorama, en donde la tecnología rige el mundo, Colombia no se quedará atrás. Para el consultor, estos avances cambiarán definitivamente la forma de hacer negocios en el país.

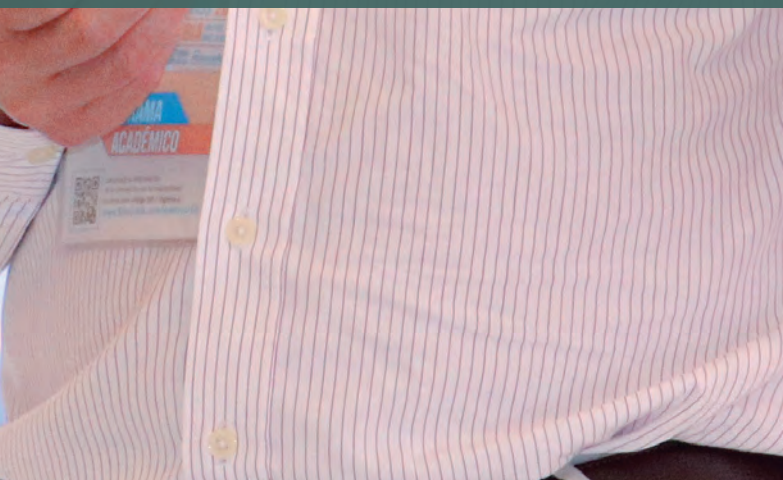
➔ “El sector asegurador también sentía curiosidad sobre cómo iba a ser esto de las tecnologías; si iba a ser positivo o si iba a ser peligroso”.

Sin embargo, el sector asegurador deberá poner en marcha varios planes de acción que le permitan acercarse más a sus clientes y brindarles una experiencia innovadora en materia de aseguramiento.

“Los invito a que comparen la banca y los seguros. ¿Por qué los seguros están menos conectados con sus clientes



➔ ¿Por qué los seguros están menos conectados con sus clientes que los bancos?



que los bancos? Nosotros claramente pensamos que se trata de un desafío y en realidad hay una gran oportunidad para la industria de seguros para poder entrar a la era digital y compensar las brechas que se tienen”, afirma Baronnet.

La transición no será sencilla. La apertura hacia la tecnología traerá varios cambios en las prácticas, pero, a largo plazo, será útil para mejorar los procesos y reducir el fraude. “Va a haber menos conexión cara a cara, pero esto no significa el final de la intermediación. Las compañías de seguros y los intermediarios deben hacer el progreso a lo digital, lo cual también traerá cambios en el manejo de la política de reclamos. Si usamos big data y analítica, podremos reducir los fraudes y mejorar los procesos”.

La industria aseguradora debe abrirse a la tecnología si quiere seguir vigente. Su adopción implicará varios cambios desde la forma de adquirir un seguro hasta relacionamiento con los intermediarios y el reporte de los siniestros.

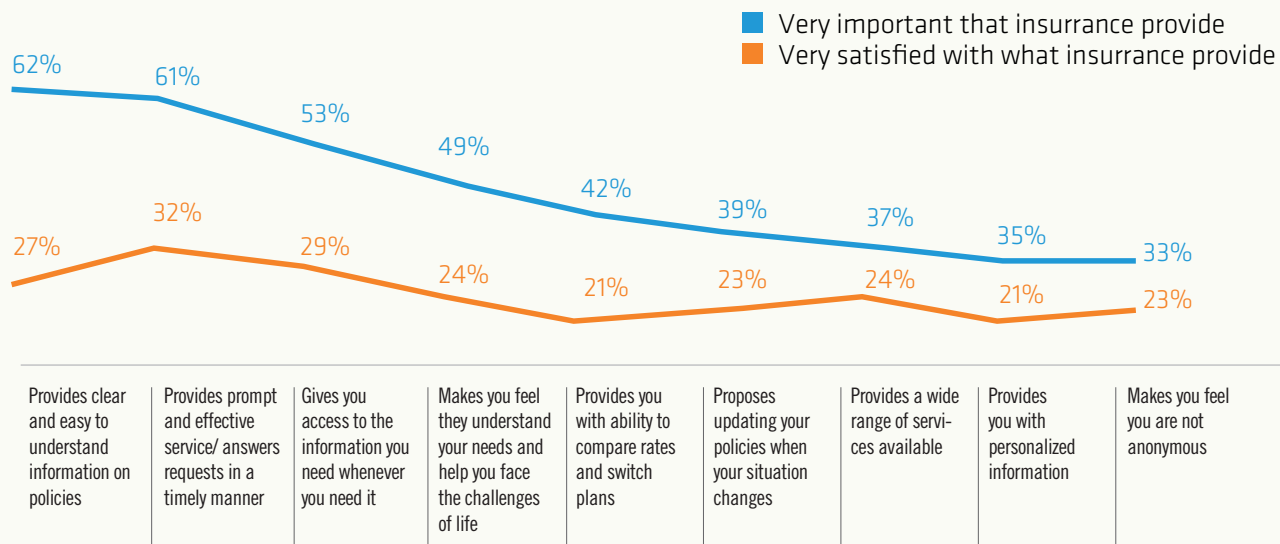
Los aportes de la Geneva a la industria

Harnessing technology to narrow the insurance protection gap, el estudio que la Geneva Association llevó a cabo el año pasado y sobre el cual Baronnet fundamentó su intervención, parte de la consigna de que la tecnología es clave para mejorar la penetración del seguro.

Gracias al big data, por ejemplo, las compañías de seguros podrán conocer las necesidades de sus clientes sin pedirles que diligencien largos y tediosos formularios. Del mismo modo, permitirá reducir drásticamente el costo de los reclamos, las liquidaciones y, al mismo tiempo, mejorar la selección de riesgos y suscripción.

“La digitalización es una palanca única para que las aseguradoras desarrollen productos más asequibles, eficientes y centrados en el cliente, mejorando así el valor social del seguro”, expone el estudio.

➔ Antoine Baronnet, experto en seguros de la Geneva Association (Suiza)



Fuente: Accenture (2011)

Para la Geneva, es vital que los esfuerzos de las aseguradoras estén alineados con las expectativas de sus clientes. Acceso a la información, capacitación sobre las políticas de servicio y resolución de inquietudes a tiempo son solo algunos de los aspectos más valorados por los asegurados. De hecho, este último es lo que más satisfacción genera en las personas, con un 32%, tal y como lo expone el gráfico.

En cuanto a las compañías de seguros, el estudio arroja que el 62% de los clientes considera importante que proporcionen información clara y fácil de entender sobre sus políticas.

Si nos detenemos a revisar, cada uno de estos procesos sería más efectivo con el uso de la tecnología. Por eso mismo, el documento es enfático en que el sector asegurador debe salir de su zona de confort y medírsele a los desafíos del mundo digital; solo así, asegura, podrá salvaguardar su papel actual.

“No son solo las aseguradoras, sino también los reguladores, quienes deben enfrentar el desafío de mantenerse al ritmo de la tecnología. Necesitan invertir mucho en experiencia digital para entender los nuevos modelos de negocio de los seguros”, añade el informe.

La Geneva explica que, en este tránsito, los reguladores deben garantizar que los asegurados también cuenten con garantías en el mundo digital y enfatiza en que ellos son claves para fomentar la confianza del cliente. De esta forma, nunca se perderá el valor de la cultura del aseguramiento.

Sobre la Geneva Association

De origen suizo, la Geneva Association es una de las organizaciones más reconocidas a nivel mundial en investigación de seguros y análisis de riesgos estratégicos globales.

La Geneva tiene más de 45 años de trayectoria y sus oficinas están ubicadas en la ciudad de Zurich (Suiza).

En su estudio *Harnessing technology to narrow the insurance protection gap*, que sirve como referente para el sector asegurador en todo el mundo por sus aportes sobre cómo la tecnología enriquece a la industria, participaron The School of Economics Peking University (China), Philnare (Filipinas), Insurance Information Institute, Paralife, Áfricare (Estados Unidos), Universidad de Nueva Gales del Sur, Bain & Company, Google, entre otros. 