

Aprovechar el poder de lo digital para la agilidad comercial





El Foro Económico Mundial describe este periodo de tecnología revolucionaria como la cuarta revolución industrial. El impacto de la tecnología en las expectativas de los clientes y los modelos de negocio se está sintiendo en casi todos los sectores. El mercado de los seguros no es una excepción.

Si lo comparamos con otros sectores, la velocidad de cambio en el espectro de los seguros ha sido relativamente lenta. Aunque cada vez hay más presión a favor del cambio, los seguros han estado protegidos por complicaciones inherentes, la regulación e incluso el éxito empresarial. ¿Por qué cambiar si todo va bien? Sin embargo, el cambio ya está en marcha. Ser ágil determinará el futuro de una empresa.

El número subyacente de fuerzas disruptivas ha crecido exponencialmente hasta el punto de que el sector de los seguros se enfrente a una temporada de cambios sin precedentes de múltiples direcciones.

La capacidad de las aseguradoras para superarlos obstáculos al cambio y responder de forma proactiva a estas oportunidades será un claro factor diferenciador para su éxito futuro. Este documento analiza este dilema de "resistencia al futuro" y aporta sugerencias sobre la forma en la que las aseguradoras de todas las áreas de negocio y zonas geográficas pueden prepararse mejor para un futuro cada vez más incierto, convirtiendo los retos en verdaderas oportunidades comerciales.



Fuerzas de perturbación y cambio

Las expectativas de los clientes en torno a la amplitud y la riqueza de los servicios que esperan de sus aseguradoras están cambiando, impulsadas por las experiencias 100 % digitales e inteligentes en su móvil. Las ofertas online de "cotización y vinculación" ya no son suficientes. Los clientes quieren gestionar ellos mismos sus pólizas, cuando y donde quieran.

Si no se comunica con sus clientes a través de sus smartphones, no se está conectando con ellos. Los clientes exigen niveles mucho más elevados de resiliencia operativa y tienen mucha menos tolerancia a los fallos o interrupciones del servicio. Los clientes también están empezando a considerar sus datos como un activo. Cuando se les piden sus datos, esperan algo a cambio, convirtiéndolos en un intercambio de valor en lugar de una transacción unilateral.

La explosión de la tecnología transformadora está creando todo tipo de posibilidades innovadoras para las aseguradoras. Las tecnologías digitales, como los chatbots, los asistentes virtuales, la automatización robótica de procesos y los dispositivos del internet de las cosas (IdC), se están convirtiendo cada vez más en la norma prevista.

Las nuevas capacidades de IA y aprendizaje automático están ampliando el ámbito de lo posible. Un buen ejemplo es la tecnología portátil, que fomenta los comportamientos adecuados, como el caso de los seguros médicos. Del mismo modo, dado que los datos son cada vez más omnipresentes, precisos y oportunos, se está impulsando una innovación real. Por ejemplo, GSS Analytix hace que los datos brutos sean útiles ya que permite a los clientes supervisar de forma remota los dispositivos heredados y de IdC, filtrar los datos de calidad para estructurar programas de mantenimiento predictivo y reducir los riesgos de responsabilidad, propiedad y cumplimiento.

Riesgos nuevos y en evolución

El mundo está cambiando a un ritmo vertiginoso, lo que está dando lugar a nuevas formas de ayudar a sus clientes frente a una oleada de riesgos imprevistos: ciberseguridad,

pandemias, cambio climático y activos intangibles, por mencionar algunos.

Una competencia cada vez mayor

Las empresas emergentes de InsurTech están ganando terreno. Los programas de incubadoras y aceleradoras están permitiendo a las aseguradoras asociarse con empresas emergentes e invertir en ellas para obtener información esencial sin arriesgar sus propias marcas y sin esperar futuros rendimientos de las inversiones. Además de la amenaza que representan las aseguradoras externas (Amazon, Google, Apple, etc.), la situación competitiva en la que operan está cambiando.

La nueva normalidad

Las repercusiones de la COVID-19 son de gran alcance. A escala mundial, hemos experimentado un aumento de la transformación en el empleo independiente de la ubicación. La COVID-19 también ha aumentado el interés de los clientes en la relación calidad-precio, su bienestar general y la sostenibilidad de nuestro planeta.



Obstáculos habituales para

Falta de intención estratégica

hacer más de lo mismo no será suficiente en el futuro, sino que será esencial contar con una estrategia clara y ejecutable.

Éxito empresarial actual

que puede dar lugar a un cierto grado de autocomplacencia y arrogancia inherente dentro de la empresa.

Demasiado centrados en el aquí y el ahora

utilizando los objetivos y medidas empresariales obsoletos para los KPI sin crear capacidades de exploración del futuro.

Desafíos de ejecución

concebir ideas innovadoras es la parte más sencilla. Los retos surgen en la ejecución, lo que da lugar a la incapacidad de experimentar de forma rápida, económica y fácil mediante la puesta en marcha de proyectos exploratorios con el objetivo de aprender.

Demasiada atención al producto

centrarse en los productos de seguro en lugar de en los clientes puede limitar el análisis general.

Información personal & ciberamenazas

Miedo a conservar datos personales y ciberamenazas.

Legacy IT infrastructure

Sistemas complejos contruidos para durar hace muchos años, pero poco ágiles para cambiar ahora.

Fuerzas de contención

Para contrarrestar estos factores de cambio, existen obstáculos inherentes que frenan la capacidad de una aseguradora para responder con rapidez a las nuevas oportunidades. Comprenderlos es fundamental para superarlos.

Naturaleza cambiante de los seguros

No hay que buscar demasiado para descubrir la naturaleza cambiante de los seguros, a través de bolsas de innovación, diversificación y experimentación en curso.

Nuevos modelos de negocio emergentes

Basados en el uso, suscripciones, conectados, paramétricos, integrados, de plataformas y juegos de socios, agregadores y nuevos canales directos, además de cobertura bajo demanda. Metromile cobra el seguro del automóvil por kilómetros recorridos. Cuvva permite al usuario tomar prestado el coche de un amigo durante unas horas y contratar el seguro a través del smartphone. Los titulares recientes demuestran que estos nuevos modelos de negocio se están generalizando.

Digitalización

Las aseguradoras están rediseñando toda su tecnología a partir de un compromiso con el cliente de valor añadido y experiencias de cliente 100% digitales, 100% en la nube, habilitación de API, servicios gestionados, siempre activos y sin actualizaciones masivas, para lograr tranquilidad. Al elegir al socio adecuado con las capacidades tecnológicas y de cambio adecuadas, junto con la cultura adecuada de "nos centramos en sus mejores intereses". También están surgiendo nuevos modelos operativos, en los que los clientes disfrutan de una experiencia digital completa a través de aplicaciones, chatbots y asistentes virtuales basados en datos en tiempo real.



Plazos y capacidad de respuesta

Responder de forma más rápida y flexible para obtener la ventaja de ser pioneros. Las capacidades de las operaciones digitales se están haciendo cada vez más habituales con la capacitación de los clientes a través de portales integrales 24/7, servicios de enriquecimiento de datos, servicios de valor añadido y, por supuesto, centros de llamadas independientes de la ubicación.

Los límites de la industria se difuminan

La tecnología digital no tiene en cuenta las definiciones, límites o normas establecidos de la industria, lo que está dando lugar a más juegos de ecosistemas/plataformas, en los que los seguros se integran como parte de una oferta mucho más amplia. La aparición de ecosistemas y plataformas digitales se está produciendo en los ámbitos de la educación, la movilidad, la vivienda y los servicios médicos, en los que se pueden integrar ofertas de seguros dentro de una plataforma más amplia. McKinsey calcula que “de aquí a 2030, más del 30% de las primas seguro de no vida se distribuirán a través de modelos de ecosistemas”.

Nuevas ofertas

servicios de valor añadido (no relacionados con el riesgo) que pueden complementar la póliza de seguros y ofrecer una oferta mucho más holística al cliente.

Prevención y gestión de riesgos

Pasar de la selección de riesgos y el pago de las solicitudes a ayudar a los clientes a impedir que se produzcan incidentes imprevistos, como los hogares conectados y los dispositivos digitales de vigilancia de la salud. Ante un futuro incierto, lo mejor es crear una empresa ágil que pueda reaccionar fácil y rápidamente a los cambios venideros.

Adopción de las mejores prácticas en materia de agilidad

¿Cómo puede una aseguradora prepararse para un futuro incierto e impulsar la agilidad comercial?



Las aseguradoras también se centran en la reducción de la ratio de gastos mediante la automatización, el procesamiento directo de datos, la automatización robótica de procesos (RPA, por sus siglas en inglés), un mejor uso de los datos internos y externos y la externalización o contratación directa. Así se mejora la eficiencia para liberar fondos y la agilidad.

Aplicar las mejores prácticas, como tener una clara intención estratégica, unas capacidades de ejecución sólidas, sobre todo en el aspecto humano del cambio, y también la infraestructura informática adecuada. Sin embargo, dos de ellos destacan: la asociación adecuada y la nube.

Asociarse correctamente, tener una estrategia de asociación clara que permita a las aseguradoras centrarse en sus ámbitos principales (mejoras de los productos, nuevos canales de distribución, extracción de datos) y en impulsar a su organización. Las aseguradoras que dejan las actividades no esenciales en manos de los socios estratégicos adecuados suelen optar por acuerdos de servicios gestionados íntegramente.

El paso a la nube, ya sea privada, pública o híbrida, es cada vez más habitual. Las principales aseguradoras están adoptando rápidamente la estrategia de que todos los sistemas informáticos deben trasladarse a la nube, o ser nativos de la nube, a menos que exista un argumento convincente que justifique lo contrario. Son conscientes de las claras ventajas de la reducción de los gastos en capital, el aumento de la velocidad, la flexibilidad, la resiliencia, la adaptabilidad, la flexibilidad de los costes de “pago inmediato” y la transparencia de los costes.

Dado que la atención se centra cada vez más en la protección y la seguridad de los datos, la elección del socio adecuado para la nube también es esencial.

“Las empresas digitales crean ventajas competitivas basadas en combinaciones únicas de recursos digitales y físicos. Hacen cosas que otros no pueden y de un modo que genera una ventaja comparativa”.

- Accenture

“El negocio digital es la creación de nuevos diseños empresariales al difuminar el mundo digital y físico”.

- Gartner



Ventajas del alojamiento en nube y los servicios gestionados

Al asociarse estrechamente con el proveedor de soluciones adecuado, las aseguradoras pueden beneficiarse cada vez más de: increasingly benefit from:

Centrándose en sus principales preocupaciones y externalizando el resto

Las empresas pueden centrarse plenamente en sus principales objetivos comerciales al desentenderse del alojamiento de hardware y software y eliminar la necesidad de centrarse en la instalación y el mantenimiento.

Mejor planificación

Planes de costes actuales y futuros más definidos, basados en un modelo de crecimiento acordado, que evitan desembolsos de capital inesperados y costosos para la eficiencia de costes.

Soporte 24/7

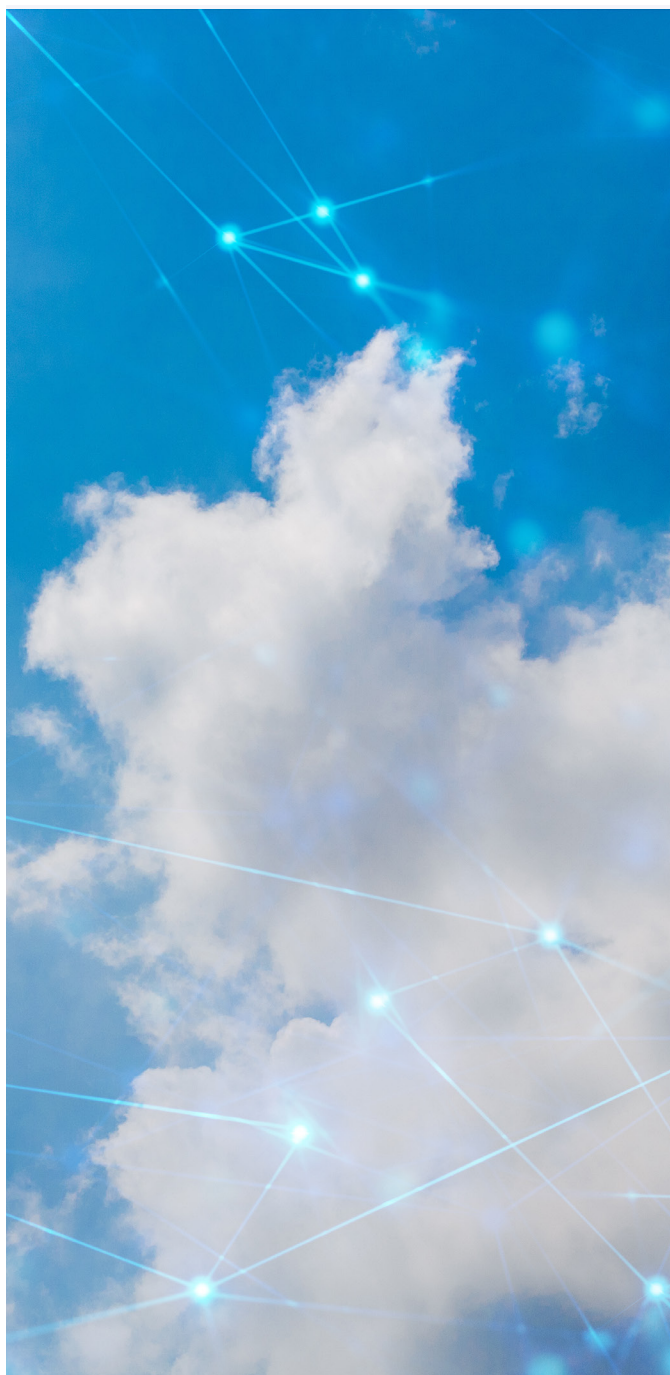
Soluciones informáticas flexibles y adaptables, disponibles 24/7, ayudan a las organizaciones a medida que se expanden y responden a las cambiantes necesidades empresariales y garantizan la continuidad de las actividades.

Aprender de los mejores

Obtener acceso a conocimientos profesionales y a una tecnología avanzada y actualizada para mantenerse por delante de la competencia sin tener que realizar grandes inversiones en infraestructura y personal informáticos.

Proteger sus datos

Alojamiento seguro en la nube con funciones de back-office (no visible en el internet público) y acceso protegido por una VPN, auditoría completa, supervisión del cumplimiento de normativas, seguimiento avanzado de las amenazas y mejora de la seguridad general de TI.



Resumen

Hemos analizado este dilema de «preparación para el futuro»: ser capaz de comprender, prepararse y responder de forma proactiva cuando llegue el futuro incierto. Responder ahora marcará una clara diferencia entre los ganadores y los rezagados.

También hemos explorado las fuerzas para el cambio, los obstáculos típicos, la evolución general de los seguros y la respuesta de las principales aseguradoras digitales.

La clave para poner en práctica los elementos necesarios para el éxito son: una clara intención estratégica, un plan de implantación firme, una evaluación exhaustiva de las personas con las que asociarse y la capacidad de ejecutar correctamente y de manera coherente.

No importa lo que nos depare el futuro, tener el nivel adecuado de agilidad comercial, el modelo operativo correcto y los socios estratégicos adecuados serán importantes factores diferenciadores. Estos tres elementos le permitirán convertirse en un líder digital, reaccionar fácil y rápidamente a los cambios, obtener una ventaja rápida y convertir estos retos en

Sobre Sapiens

Sapiens capacita al sector financiero, centrándose en los seguros, para transformarse y convertirse en digitales, innovadores y ágiles. Respaldada por más de 35 años de experiencia en el sector, Sapiens ofrece una plataforma de seguros completa, con soluciones preintegradas de bajo código y un enfoque basado en la nube que acelera la transformación digital de los clientes. Sapiens, que presta servicio a más de 600 clientes en 30 países, ofrece a las aseguradoras de los mercados de propiedad y accidentes, indemnización de trabajadores y vida el conjunto más completo de soluciones.

Para más información visite sapiens.com o síguenos en [LinkedIn](#).

¿Le interesa saber más sobre Sapiens Digital Solutions?

[Contáctenos](#)

SAPIENS

Copyright Sapiens international. Todos los derechos reservados. July 2023 ©