

A.M. Best
24 de Septiembre de 2018
Informe Especial de Best: Innovación



Las Aseguradoras Coinciden en que la Innovación es Crítica para el Éxito en el Futuro



¡Bienvenido a nuestro informe especial sobre innovación!

Vivimos en una era de transformación impulsada por la innovación. Incluso la industria de seguros, que a menudo es presentada como relativamente rígida, está progresando para seguir el ritmo de los cambios tecnológicos y estructurales que están modificando drásticamente la sociedad. Dada la magnitud de estos cambios, la innovación se está volviendo cada vez más crítica para el éxito a largo plazo de todas las aseguradoras. Pero la innovación puede ser un concepto nebuloso y requiere implementación de ideas en forma concreta y práctica, para aprovechar los beneficios para la industria. La forma en que las aseguradoras individuales realicen su proceso de innovación será vital para mantener su relevancia en un mundo de cambios y riesgos visiblemente constantes.

Con ese fin, en agosto de 2018, examinamos nuestro universo calificado para obtener una mejor lectura del estado de la innovación en la industria de seguros. Más de 450 aseguradoras en 48 mercados, que representan a todos los sectores de la industria en el mundo, respondieron la encuesta. La gran mayoría, más del 80%, respondió que creen que la innovación es de moderada a extremadamente crítica para sus organizaciones, lo cual es un testimonio del creciente enfoque de la industria en la innovación.

En general, las aseguradoras buscan la innovación para abordar una amplia variedad de problemas. Para gran parte del sector de daños, superar las ineficiencias del sistema y del proceso es la máxima prioridad. Los avances en tecnología han mejorado la distribución y el manejo de reclamos, pero las aseguradoras de daños necesitan desarrollar nuevos productos para abordar nuevos tipos de riesgos, como el transporte sin conductor y el riesgo cibernético.

Para el sector de vida y pensiones, la prioridad es mejorar la experiencia del cliente. Las aseguradoras de vida y pensiones creen que las soluciones innovadoras podrían facilitar decisiones de suscripción más eficientes, lo que les ayudará a atraer al mercado medio, así como a los Millennials, que tienen prioridades distintas al seguro de vida, debido a la deuda de préstamos estudiantiles y menores ingresos disponibles que otras cohortes de población.

Las aseguradoras de salud se centran tanto en los clientes, como los proveedores. Los avances tecnológicos están ayudando a estas aseguradoras a acelerar los procesos de reclamaciones y solicitud, así como a controlar los costos. El sector también está siendo transformado por avances innovadores en tecnología médica e ingeniería genética.

Para las reaseguradoras, es relativamente menos probable que la innovación tenga un impacto tan directo o inmediato. Sin embargo, las compañías en este sector han participado, y siguen participando, activamente en el proceso de innovación, dado el alcance de los rendimientos a largo plazo de su inversión y el impacto directo que puede tener en sus clientes en el mediano plazo.

La tecnología es la fuerza impulsora detrás de muchos avances innovadores. Los avances en el Internet de los Objetos, el blockchain, el aprendizaje automático, la inteligencia artificial y el big data, están desempeñando roles cada vez más importantes en los seguros. La regulación también tiene su función, no solo para establecer reglas básicas que protejan tanto a los aseguradores como a los consumidores, sino también para fomentar la innovación.

Dado el acelerado ritmo y la diversidad de los cambios tecnológicos y sociales, es fundamental que todos los interesados (aseguradoras, consumidores y reguladores) se mantengan al tanto de los avances. Una comprensión más profunda de estos cambios nos permitirá a todos cosechar los innumerables beneficios de la innovación.

Sus comentarios e ideas son bienvenidas.



Matthew C. Mosher

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

La innovación ayudará a las aseguradoras a mantenerse relevantes, a través de soluciones significativas para abordar los riesgos en evolución y mejorar la eficiencia operativa.

Contenido

Introducción	3
Daños	13
Vida y Pensiones	24
Salud	35
Reaseguros	46
Tecnología: Blockchain ..	56
Tecnología: Internet de los Objetos	61
Tecnología: IA y Big Data ..	66
Mercados Emergentes ..	70
Regulaciones	76
Preguntas y Respuestas Frecuentes	81
Apéndice	83

Contacto de Analistas:

Sridhar Manyem, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5612
Sridhar.Manyem@ambest.com

Jason Hopper, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5016
Jason.Hopper@ambest.com

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

Contribución:

Steven DeLosa

2018-128.1

Las Aseguradoras Están de Acuerdo que la Innovación es Crítica para el Éxito en el Futuro

A.M. Best cree que la innovación juega un papel cada vez más crítico para el éxito y la fortaleza financiera a largo plazo de una aseguradora, ya que le permite a la compañía mantener su relevancia, mediante el desarrollo de soluciones significativas para los riesgos en constante evolución, y para mejorar la eficiencia operativa. Históricamente, A.M. Best ha captado la innovación indirectamente a través de los componentes básicos de su proceso de calificación. Sin embargo, A.M. Best revisará su Metodología de Calificación Crediticia de Best (BCRM, por sus siglas en inglés) para considerar incluir la innovación explícitamente en el proceso de calificación, otro paso en sus esfuerzos por avanzar constantemente en su análisis y proporcionar una calificación valiosa a los participantes del mercado de seguros.

A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten a la organización mantenerse relevante y exitosa.

Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio (nuevos o mejorados) pueden ser desarrollados orgánicamente o adoptados de fuentes externas.

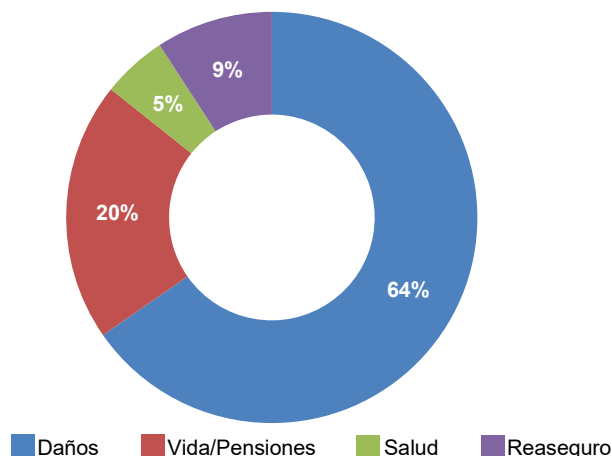
En agosto de 2018, encuestamos a nuestras aseguradoras calificadas para obtener una mejor comprensión del estado de la innovación en la industria. Los hallazgos de este informe se basan en las respuestas de los 459 aseguradores que participaron en la encuesta. El **Anexo 1** muestra la proporción de encuestados por segmento. (Tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado).

De acuerdo con los resultados de la encuesta, las aseguradoras están de acuerdo con A.M. Best en que la innovación es fundamental para su éxito futuro y que deben innovar para atraer y retener clientes, y para obtener una ventaja competitiva. Una razón ligeramente menor, pero significativa para la innovación, fue la mejora de las eficiencias.

Los avances en la tecnología de almacenamiento de datos, el crecimiento exponencial en el poder de cómputo y el advenimiento de la computación en la nube han permitido avances

Anexo 1

Encuestados Por Segmento de Industria



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

en el aprendizaje automático, el Internet de los Objetos (IoT, por sus siglas en inglés) y el blockchain. Las aseguradoras también parecen estar conscientes de que la tecnología no es una de sus competencias centrales, y están dispuestas a hacer inversiones y formar asociaciones para ponerse al día. Para mantenerse actualizados con los desarrollos de innovación actuales, las aseguradoras dependen de diversas fuentes, incluidos empleados, clientes y consultores.

Más del 80% de los encuestados (**Anexo 2**) indicaron que la innovación fue de moderada a extremadamente crítica para el éxito de sus organizaciones. Sin embargo, las aseguradoras son naturalmente un tanto adversas al riesgo, lo que justifica una estrategia de innovación bien articulada, e inversiones. La medición del impacto de la innovación es importante, ya que permite a las aseguradoras evaluar el éxito de sus iniciativas.

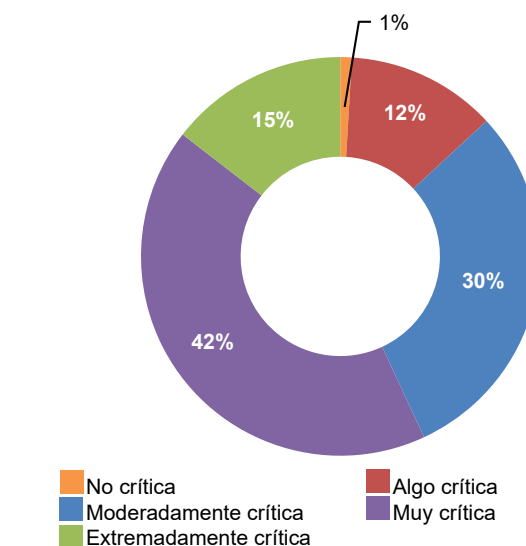
Uno de los desafíos clave para desarrollar una estrategia o proceso de innovación, es el tema del capital humano, y las aseguradoras están realizando esfuerzos concertados para atraer a los empleados que estén en sintonía con tecnologías cambiantes, cambios demográficos y factores económicos.

Razones Clave para Innovar: Atraer/Retener Clientes y Obtener una Ventaja Competitiva

El veintidós por ciento de las compañías de seguros innova porque quieren atender las necesidades de sus clientes (**Anexo 3**). A medida que el perfil de los clientes evoluciona, debido al desarrollo

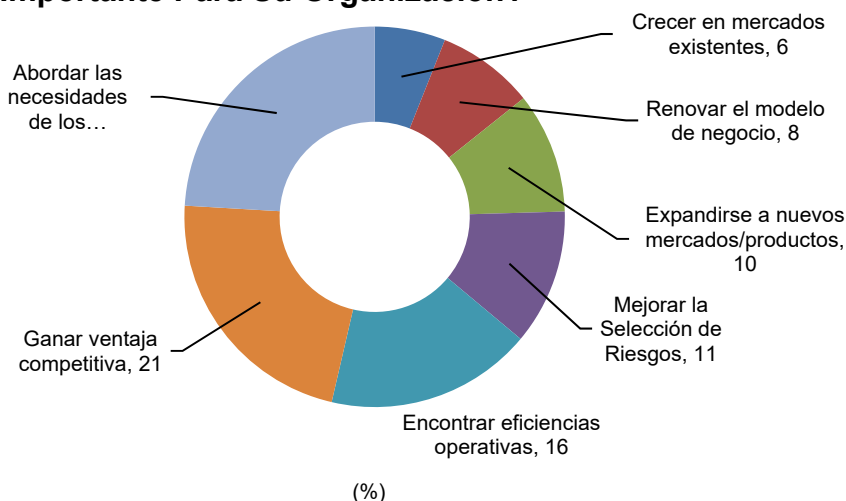
tecnológico y demográfico, también lo hacen sus necesidades. Las aseguradoras deben ser innovadoras para atraer y retener a estos consumidores, respondiendo adecuadamente a sus cambiantes necesidades de seguro. Los consumidores de hoy en día pueden usar teléfonos móviles, computadoras, agentes o aplicaciones móviles para investigar y obtener seguros. Los canales publicitarios típicos, como los periódicos impresos y la televisión, deben complementarse con estrategias en línea efectivas.

Anexo 2 ¿Qué Tan Crítica Es La Innovación para el Éxito de Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

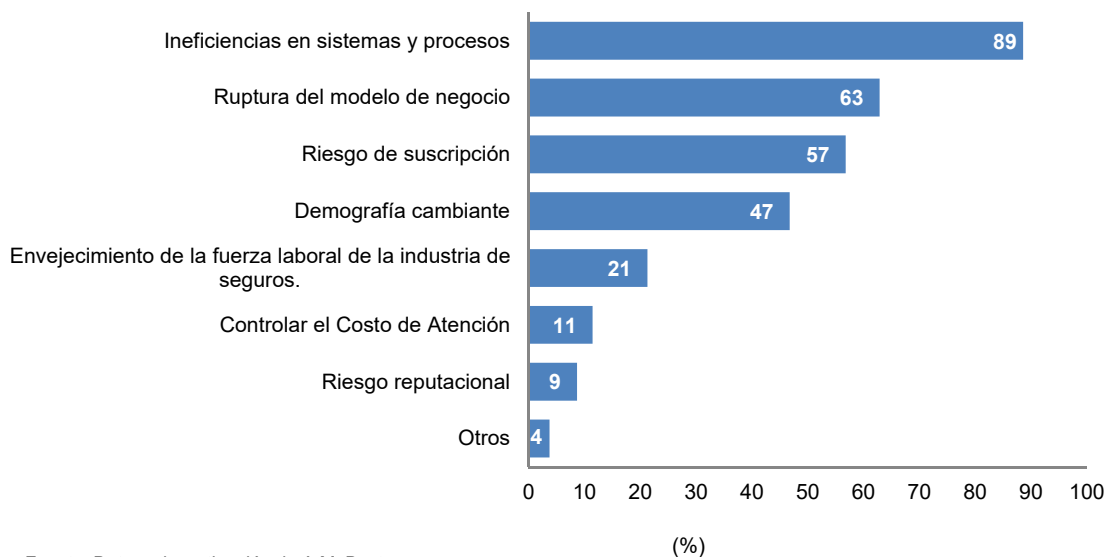
Anexo 3 ¿Cuál Es La Razón Principal por la que La Innovación Es Importante Para Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 4

¿Cuáles Son Los Desafíos Más Importantes que La Innovación Puede Ayudar a Superar a Las Aseguradoras?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Las aseguradoras se vuelven cada vez más conscientes, a través de las redes sociales, de que están siendo evaluadas siempre que interactúan con los clientes. Las aseguradoras de vida enfrentan el desafío de comercializar un producto que rara vez es una prioridad para los consumidores de hoy. Además, la evolución demográfica y la economía tambaleante, hacen que estos productos sean más difíciles de vender. Las reaseguradoras enfrentan una competencia intensa de los canales tradicionales y el capital alternativo, mientras que las aseguradoras de daños deben lidiar con la competencia de los nuevos participantes. Las aseguradoras de salud tienen sus desafíos para ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente a través de la integración vertical y otros medios.

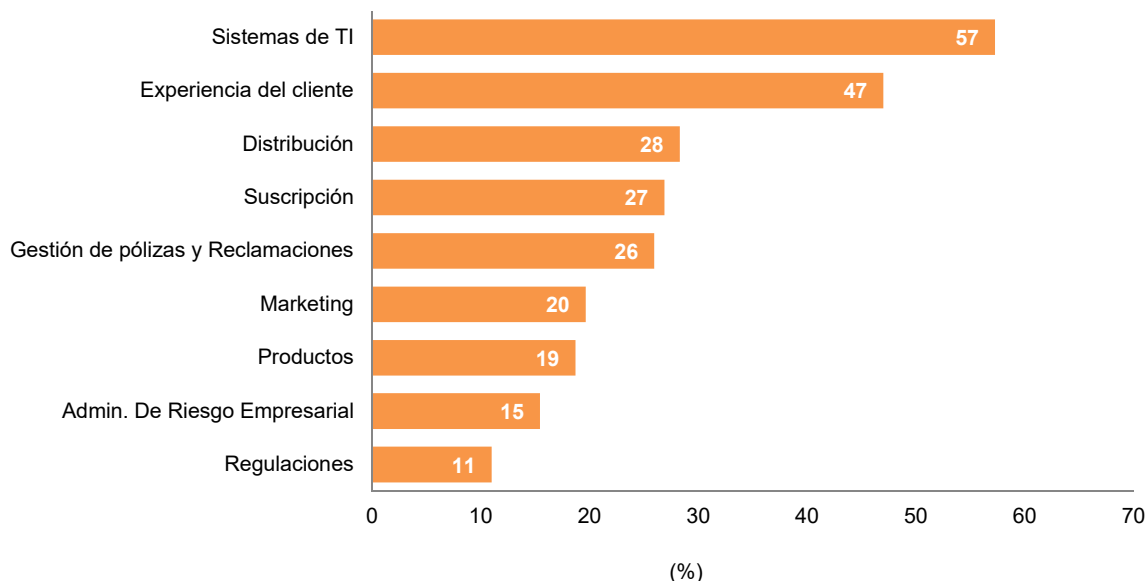
Ganar una ventaja competitiva fue la segunda (21%) entre las razones para la innovación. A medida que aumenta el ritmo de la innovación, las aseguradoras que no innoven exitosamente, podrían tener que lidiar con la selección de riesgos adversos, desafíos debido a índices de gastos significativamente más altos en comparación con sus competidores más innovadores, y un menor crecimiento porque los competidores más innovadores pueden tener acceso a clientes de menor riesgo.

Mejorar la Eficiencia es una Prioridad

Dieciséis por ciento de las aseguradoras afirmaron que la innovación es necesaria para mejorar su eficiencia operativa. Más que la mayoría de las industrias, los seguros han luchado contra las ineficiencias en los procesos y sistemas, y las aseguradoras tienen la esperanza de que la tecnología pueda ayudarles a abordar estos problemas. Las compañías de seguros que han crecido a través de adquisiciones, han descubierto que la integración de los sistemas de reclamos, reservas, suscripción y precios sigue siendo un desafío, incluso muchos años después de que las transacciones se hayan cerrado. Muy pocas empresas se dan cuenta inicialmente de la importancia de integrar los sistemas de tecnología de información, y, por lo tanto, subestiman los desafíos inherentes a la conciliación de diferentes sistemas operativos, proveedores de bases de datos, idiomas y versiones de software, por ejemplo.

Anexo 5

Encuestados Que Indicaron Que La Innovación Tendría un Impacto Significativo en las Opciones Enumeradas a Continuación



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

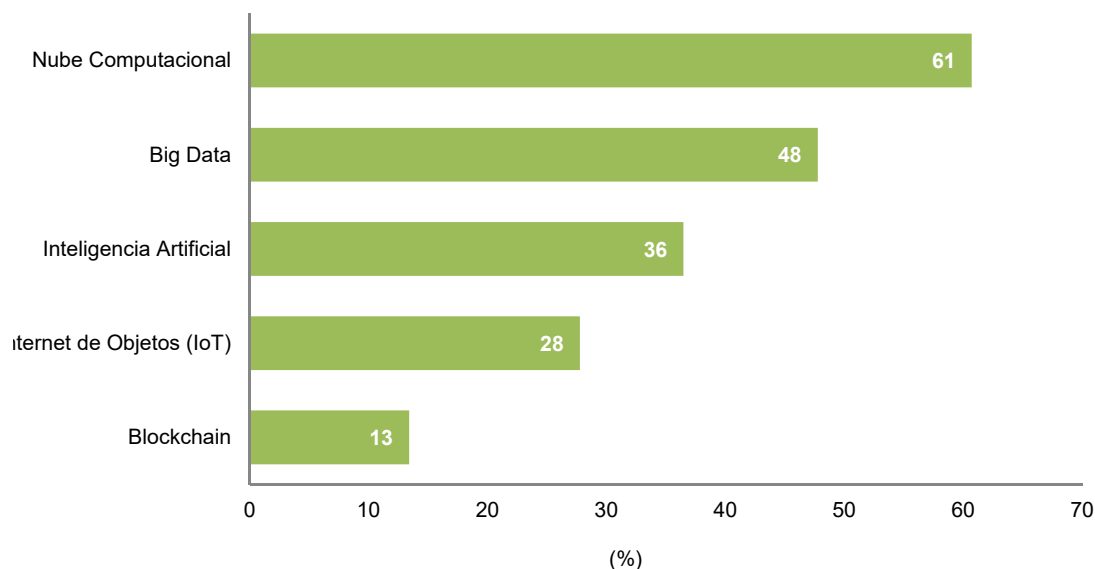
Sistemas obsoletos; la confianza en hojas de cálculo y recuerdos independientes de empleados individuales; datos duplicados o de baja calidad: estos son factores que podrían resultar en decisiones altamente inapropiadas para las aseguradoras. Los sistemas preexistentes también carecen de niveles aceptables de ciberseguridad y pueden verse comprometidos con relativa facilidad, lo que exacerba el riesgo operativo.

Casi el 90% de los aseguradores (**Anexo 4**) tienen la esperanza de que la innovación pueda ayudarlos a abordar las ineficiencias del sistema, mientras que el 63% cree que la inversión continua en innovación podría ayudarlos a superar las interrupciones del negocio y seguir siendo relevantes. El 57% cree que la innovación puede minimizar el riesgo de suscripción, posiblemente debido a algoritmos más precisos de aprendizaje automático. Esto es consistente con la mayoría de las aseguradoras que declararon que la innovación tendría un impacto significativo en sus sistemas de TI (**Anexo 5**), seguido de cerca por la experiencia del cliente, con 47%.

Los avances tecnológicos juegan un papel importante...

Las aseguradoras están comenzando a reconocer que los avances en big data, blockchain, el Internet de los Objetos, el aprendizaje automático y la inteligencia artificial (entre otros) tienen el potencial de transformar la cadena de valor de la industria, y están invirtiendo en estas tecnologías (**Anexo 6**). Varias aseguradoras ya están avanzando en el modelado predictivo, utilizando el aprendizaje automático y las técnicas de inteligencia artificial, para una mejor selección de riesgos, precios y reclamos. Estas técnicas se están incorporando a diferentes tasas en los segmentos de daños, vida y salud. En general, el 84% de las aseguradoras considera que el big data podría tener un impacto de moderado a significativo en los próximos tres años, mientras que el 73% de las aseguradoras opinó que los avances en la computación de nube también podrían ser influyentes.

Anexo 6

¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en Alguno de los Siguietes?

En nuestras interacciones con las aseguradoras, observamos que la compensación para trabajadores fue una de las primeras líneas comerciales de negocios en adoptar análisis predictivos, para gestionar reclamos, detectar fraudes y seleccionar y suscribir mejor los riesgos. El segmento de líneas personales, especialmente auto, está utilizando cada vez más datos y análisis a través de la telemática, entre otros. Los segmentos de compensación de trabajadores y líneas personales, y (hasta cierto punto) las aseguradoras de gastos médicos, están adoptando cada vez más la tecnología, para mejorar aspectos como la gestión de registros y la suscripción.

El IoT tiene el potencial de crear un ecosistema que permitirá a las aseguradoras aprovechar las oportunidades para asegurar nuevos productos, ya que las casas inteligentes, los autos inteligentes y otros dispositivos de este estilo se volverán más comunes. No obstante, el IoT también creará nuevos riesgos. Las aseguradoras no tendrán el tipo de datos históricos que necesitan para fijar los precios actuariales, y necesitarían desarrollar la infraestructura y experiencia para analizar las enormes cantidades de datos que generan estos dispositivos. Sí, las aseguradoras deben estar preparadas para aprovechar estas oportunidades, pero la administración de riesgos se mantendrá importante, a medida que los sistemas tecnológicos, legales y regulatorios continúen evolucionando.

Cuando se trata de implementación real, el 61% de las aseguradoras han invertido o planean invertir en la nube, que continúa cobrando impulso desde que Amazon introdujo sus Servicios Web de Amazon (Amazon Web Services) en 2006. Los servicios on-demand de la nube (plataformas, software, infraestructura, etc.) han aumentado enormemente el poder de las computadoras. Las aseguradoras ya han adoptado la computación de nube, que fue un factor importante en el aumento del crecimiento y la relevancia del big data. El blockchain es un participante relativamente nuevo, con un atractivo inmenso, pero aún está en su infancia y su uso en la industria de seguros hasta ahora ha sido limitado. Solo el 13% de las aseguradoras han invertido o planean invertir en blockchain en este momento.

... Pero las aseguradoras necesitan ayuda con la tecnología

Las compañías de seguros reconocen que su experiencia no se basa en tecnología, sino en la fortaleza de sus agentes, corredores, y distribuciones, así como en la administración de su suscripciones, reclamaciones, reservas y balance. No obstante, también se dan cuenta del poder de la tecnología para transformar la industria de seguros a gran escala y, por lo tanto, se han asociado o han invertido en compañías de insurtech (transformación integral en procesos digitales de los servicios de seguros) que están más en sintonía con el desarrollo y la monetización de nuevas ideas.

Casi la mitad de los encuestados indicaron que tienen algún tipo de asociación (colaboraciones con organizaciones de investigación, universidades o incubadoras) o que han invertido en un fondo de insurtech, lo que les permite mantenerse al tanto de los últimos desarrollos sin perder el enfoque en su núcleo de competencias. De manera similar, el 44% de los encuestados ha participado en programas piloto que involucran nuevas tecnologías, dispositivos y procesos. Por ejemplo, las aseguradoras de automóviles ofrecen dispositivos telemáticos en autos, lo que podría mejorar la suscripción y ofrecer precios ajustados al riesgo para conductores seguros. Con estos dispositivos, y los avances en el modelado predictivo (y el aprendizaje automático), las aseguradoras pueden obtener información sobre las correlaciones entre las variables predictivas, dado que recopilan información de conducción milla por milla de miles de asegurados.

La Mayoría de las Aseguradoras Prefieren no Tomar Riesgos Cuando se Trata de Innovación

Las aseguradoras tienen poco interés por los riesgos operativos derivados de la innovación. Solo el 25% de las aseguradoras dijo que estaba dispuesto a interrumpir significativamente sus procesos actuales para implementar iniciativas de innovación, mientras que el 59% estaba dispuesto a tolerar una interrupción mínima (**Anexo 7**). Otro 16% estaba satisfecho de ser seguidores e implementaría iniciativas de innovación si esto resultara exitoso para otras organizaciones.

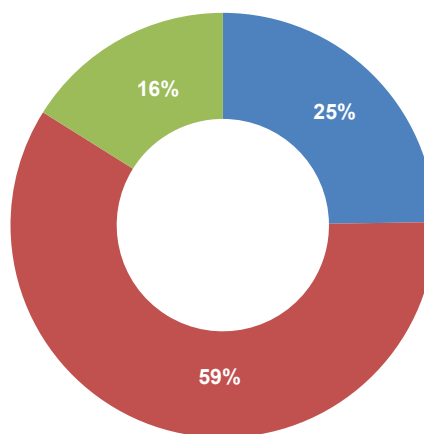
La Innovación Tendrá un Impacto a Largo Plazo

El diecisiete por ciento de las aseguradoras ha asignado más del 5% de su presupuesto a la innovación, mientras que el 56% ha asignado entre el 1% y el 5% (**Anexo 8**). A pesar de estas inversiones, solo el 30% de las aseguradoras afirmaron que sus esfuerzos de innovación hasta ahora han tenido un impacto medible (**Anexo 9**). El treinta y cinco por ciento de las aseguradoras se encuentran en las primeras etapas de desarrollo.

Dado el reconocimiento de la naturaleza crítica de la innovación, tiene sentido que solo alrededor del 6% de las aseguradoras encuestadas declararan que no tenían una estrategia de innovación, ni tenían la intención de crear una. Casi el 80% de los encuestados respondió

Anexo 7

¿Cuál es La Tolerancia Al Riesgo de Su Equipo Ejecutivo para La Innovación?



■ Tomador de Riesgo ■ Neutral al Riesgo ■ Averso al Riesgo/Conservador

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

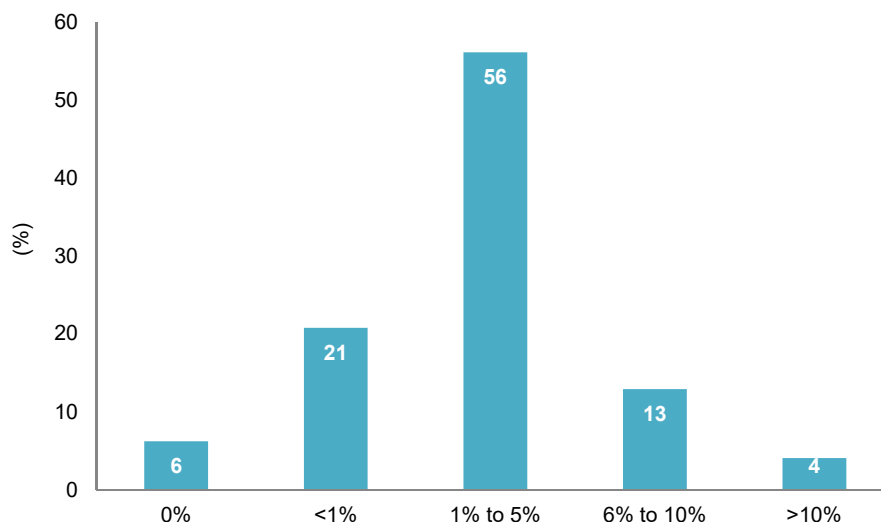
que sus estrategias de innovación están, o estarán, alineadas con los objetivos estratégicos de sus empresas, mientras que otro 6% está desarrollando estrategias de innovación que no estarán alineadas con sus objetivos estratégicos generales.

Una estrategia de innovación bien definida, con una clara articulación de las pautas que rigen la implementación de prototipos o procesos exitosos, que permite la experimentación y deja espacio para aprender del fracaso, sería observada favorablemente por A.M. Best. En un momento en

que el ritmo del cambio y la adopción de nuevas tecnologías continúa acelerándose, el retraso de sus competidores podría llevar a una pérdida irreparable tanto de la ventaja competitiva como de los clientes, que podría dañar las líneas superiores e inferiores de una empresa.

Anexo 8

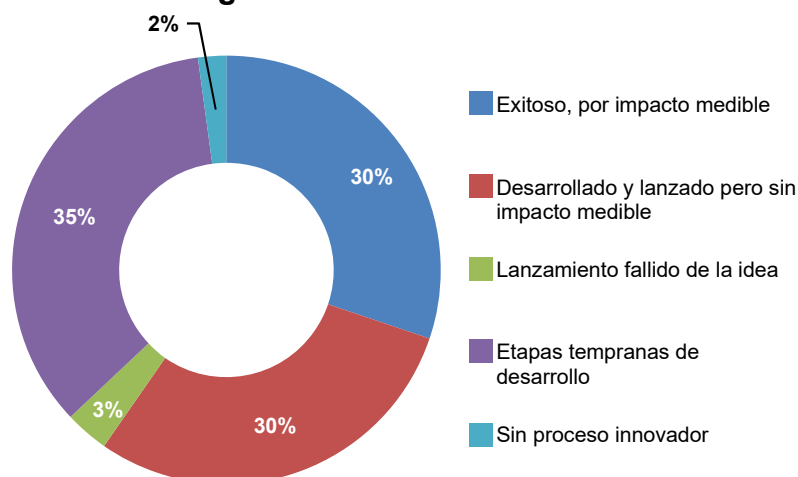
¿Qué Porcentaje del Presupuesto Total Anual de Su Empresa Se Asigna A La Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 9

¿Cómo Describiría el Nivel de Madurez del Proceso De Innovación de Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Faltan Maneras Formales de Actuar en las oportunidades de Innovación

La fuente de ideas innovadoras más frecuentemente citada, fue la industria, según lo dicho por casi el 80% de los encuestados (**Anexo 10**), seguido por la administración (75%) y los empleados (74%), con una contribución significativa de los clientes, la fuerza de ventas, y consultores.

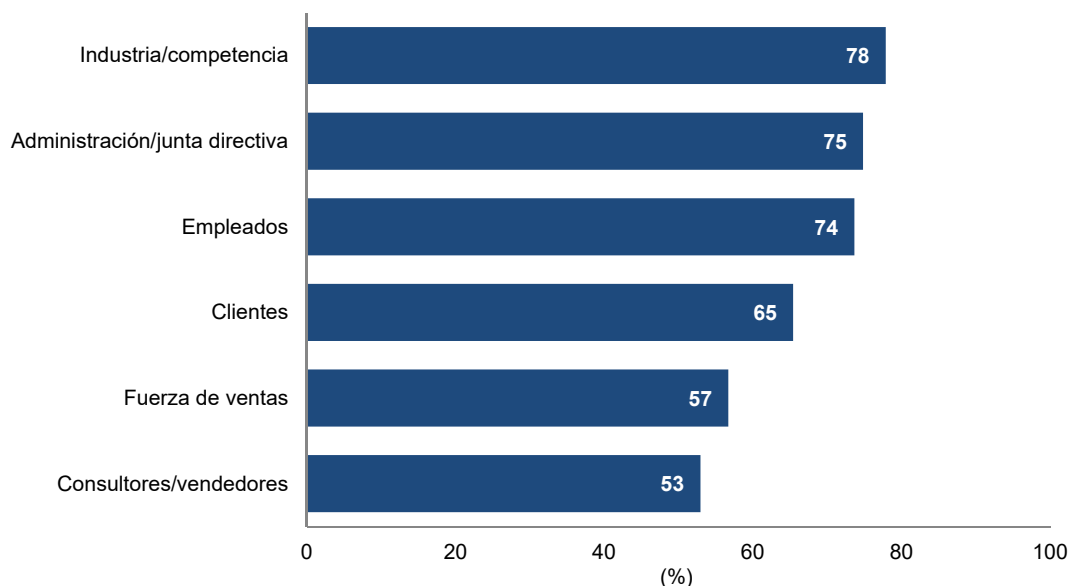
A pesar de las diversas fuentes, parece faltar un proceso formal para canalizar estas ideas y transformarlas en oportunidades. Solo el 10% de las aseguradoras estuvo de acuerdo en que tenían un proceso para obtener ideas que estaba bien definido, comprendido y claramente comunicado (**Anexo 11**).

Abordar la Brecha de Talentos es Clave para una Innovación Exitosa

El cuarenta y cinco por ciento de las aseguradoras dijo que sus juntas directivas discuten el tema de la innovación cada vez que se reúnen; El 23% tiene al menos una discusión anual sobre innovación. Si bien la posición de Director de Innovación es un rol relativamente nuevo

Anexo 10

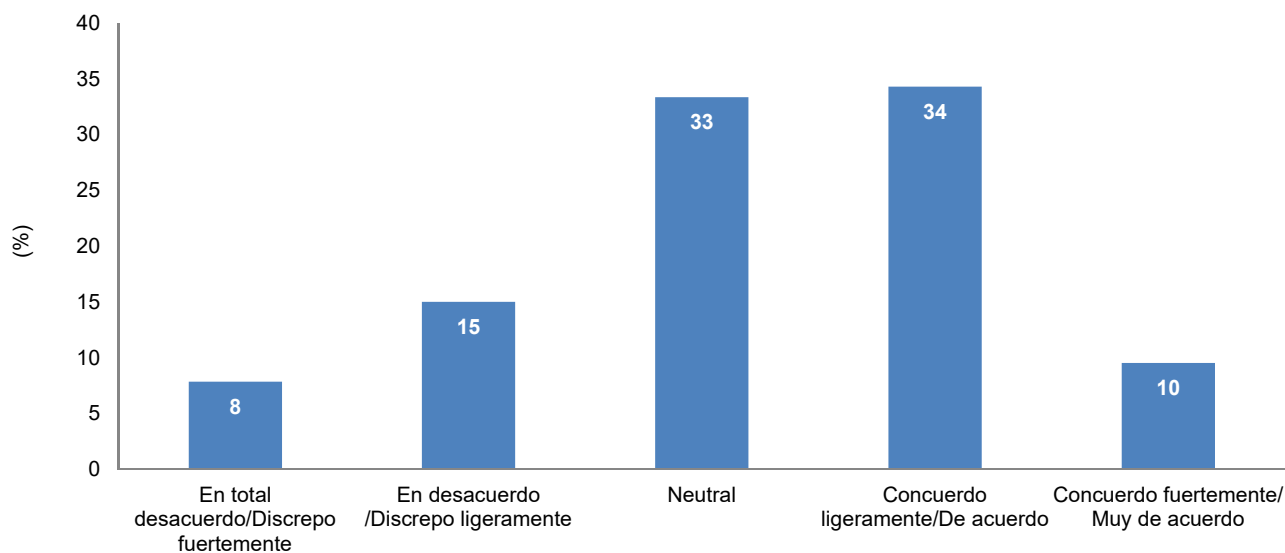
¿Cómo Identifica Su Empresa Las Oportunidades De Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 11

El Proceso De Su Empresa para Obtener Ideas Innovadoras Está Bien Definido, Claramente Comunicado y Se Entiende En Toda la Organización



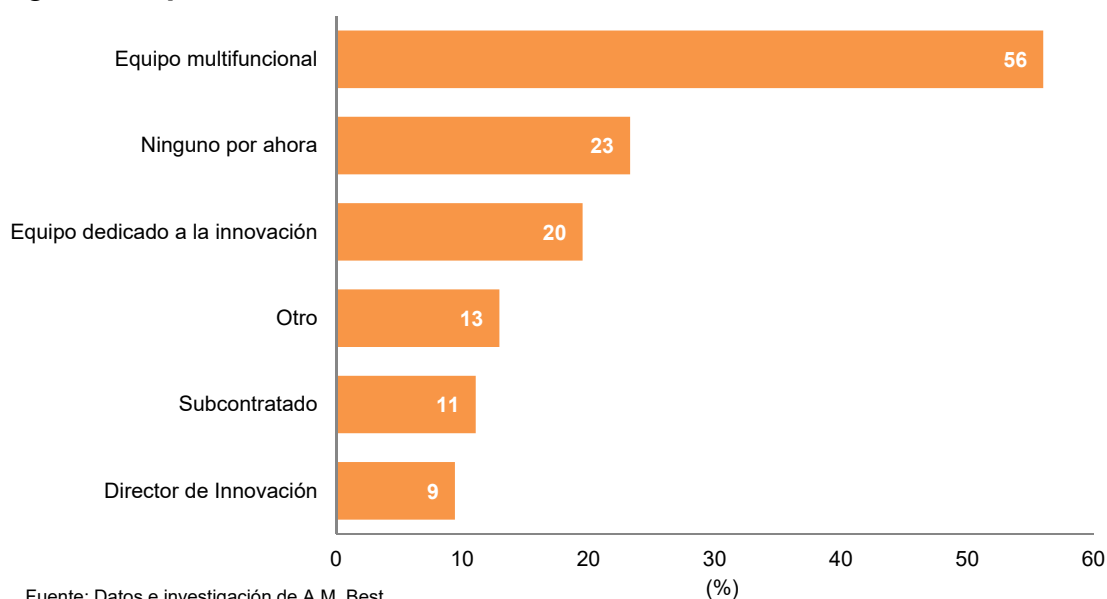
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

en muchas organizaciones, y probablemente obtenga mucha más aceptación con el tiempo, al menos la mayoría de las aseguradoras tienen equipos multifuncionales que se centran en la innovación (**Anexo 12**). A.M. Best no cree en un enfoque único para la innovación, ya que cada aseguradora tiene un perfil diferente, y el tamaño y la composición del equipo de innovación deben ser adecuados para la empresa. El éxito de cualquier iniciativa de innovación será evidente, principalmente, a través de indicadores financieros y el crecimiento a largo plazo.

El 61% de las aseguradoras consideran que la falta de capital humano o talento especializado es el mayor desafío para la innovación (**Anexo 13**). A medida que la tecnología evolucione, las aseguradoras deberán crear una cultura que motive a las personas más jóvenes a unirse y ayudarlas a innovar y crear nuevos productos para abordar los cambios demográficos, como el

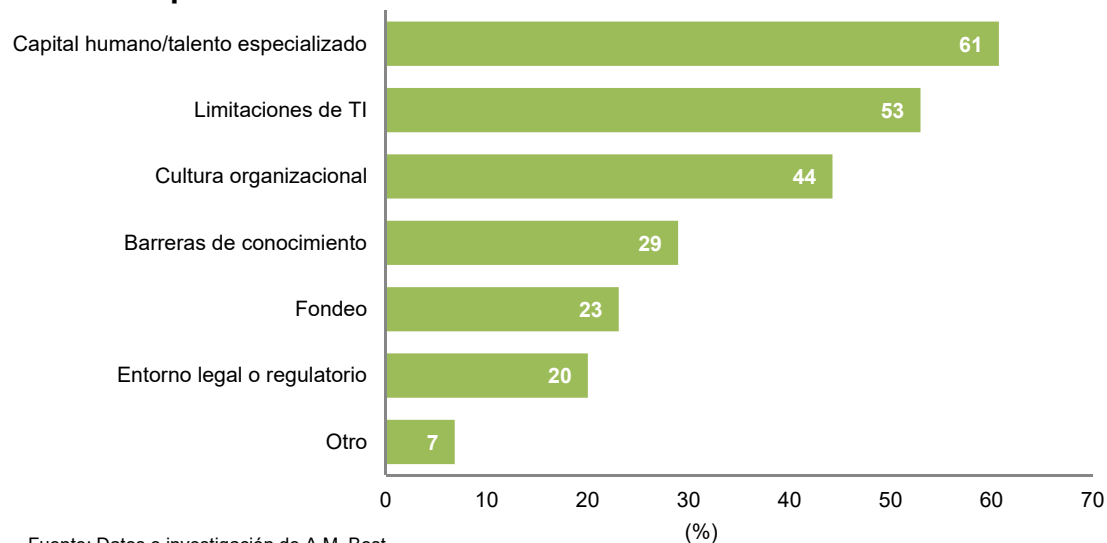
Anexo 12

¿Su Compañía Tiene Personal Que Se Centre en La Innovación?



Anexo 13

¿Qué Percibe o Percibió Su Organización Como Los Mayores Desafíos para Desarrollar El Proceso De Innovación?



cambio continuo a una economía compartida, las tendencias de empleo en evolución, como los trabajos temporales o por proyecto, y la prevalencia y aceleración de la adopción de tecnología en un mundo conectado.

El Camino Hacia Adelante

Las aseguradoras y reaseguradoras han evolucionado con el tiempo y sus funciones también lo han hecho. No solo están cumpliendo sus promesas de pago en eventos de estrés, sino que trabajan con sus asegurados como socios, para reducir el riesgo antes de que éste se manifieste. En el futuro, las exposiciones al riesgo cibernético pueden ser las mayores exposiciones para una aseguradora.

Las necesidades de los asegurados están cambiando, como vemos a partir de la aparición de la economía “gig” (trabajos esporádicos) y las prácticas de empleo carecientes de planes de beneficios definidos; el cambio de propiedad individual a consumo colaborativo a través de organizaciones como Airbnb, Zipcar, Uber, Lyft; y mayores reducciones en ahorros y en ingresos disponibles debido a préstamos estudiantiles. Todas las aseguradoras deberán abordar estos cambios.

Los avances tecnológicos, como el IoT, cambiarán enormemente los productos y comportamientos. Los automóviles autónomos, los hogares inteligentes y los dispositivos inteligentes en los hogares cambiarán los hábitos de consumo y el perfil de los productos asegurados. La atención médica está implementando la automatización y la eficiencia a través de “wearables” (dispositivos que puedes usar, lentes, relojes, etc. que integran microprocesadores), tecnología similar a Skype, robótica y avances en medicina. Las aseguradoras tendrán que repensar su estrategia hacia líneas tradicionales, personales y comerciales. Otros desarrollos, como las técnicas de aprendizaje automático, big data y la computación de nube, ayudarán a las aseguradoras a suscribir y evaluar mejor los riesgos, aumentar la eficiencia al prevenir la fuga de reclamaciones, permitir el crecimiento a través de programas de concientización específicos y diseñar mejores productos.

El capital que respalda el riesgo de reaseguro también ha cambiado. Las aseguradoras están encontrando cada vez más formas de asociarse con capital alternativo o no tradicional, ya que les brinda la capacidad de encontrar nuevas formas innovadoras de implementar capital, en productos como el riesgo cibernético y las inundaciones. También les brinda la oportunidad de expandirse a nuevos mercados donde la brecha de protección puede ser mayor que en los países desarrollados. Desde el punto de vista tecnológico, los reaseguradores se han anticipado para experimentar con blockchain y pueden estar en condiciones de explotar su capacidad si se vuelve tendencia.

Ningún sector o mercado de seguros será inmune a estos cambios, y todos deberán innovar y adaptarse para mantenerse relevantes.

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

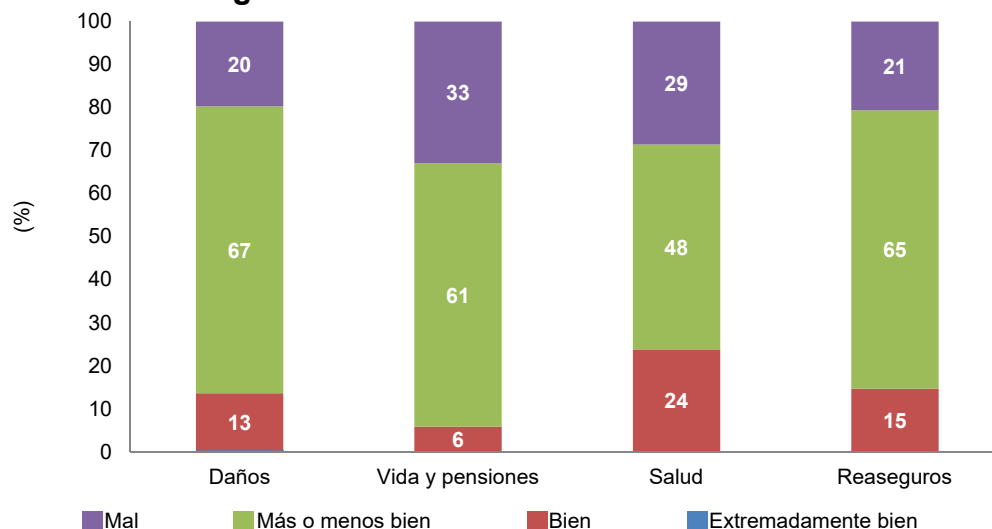
Las Aseguradoras de Daños Buscan Innovar para Superar las Ineficiencias del Sistema/Proceso

La innovación puede ayudar a las empresas a desarrollar una ventaja defendible que les permita sobresalir de la multitud

Enfocarse continuamente en la innovación es primordial para mantenerse competitivo en un mercado que se encuentra en constante cambio. La industria de los seguros a menudo se considera atrasada en la innovación. En agosto de 2018, A.M. Best encuestó al universo de las compañías que califica, para obtener una mejor lectura del estado de la innovación en la industria. Los hallazgos en este informe se basan en las respuestas que recibimos. La industria de seguros en general, reconoce que se ha subido al tren de la innovación bastante tarde, ya que prácticamente ningún encuestado cree que la industria ha adoptado e implementado la innovación "extremadamente bien". Sin embargo, los hechos observados por los analistas de A.M. Best sugieren que se ha prestado más atención a la innovación en los últimos años, a medida que la tecnología y los métodos para realizar negocios han evolucionado.

La diversidad del sector asegurador de daños en términos de tamaño y escala, ha cambiado su percepción de la innovación. Las empresas que aún no han abordado sus ineficiencias de sistema/proceso, ven la innovación como un medio para hacerlo. Las compañías que han estado a la vanguardia de la curva para abordar los problemas asociados con los sistemas preexistentes obsoletos, buscan innovar para proporcionar respuestas estratégicas a las preguntas relacionadas con los riesgos emergentes, como las catástrofes naturales cada vez más devastadoras y los cambios demográficos. Las compañías de daños atraviesan ciclos de mercado en sus subsectores, la competencia puede ser intensa y el crecimiento difícil de conseguir. La innovación puede ayudar a las empresas a desarrollar una ventaja defendible que les permita destacarse de la multitud.

Anexo 1 ¿Qué Tan Bien Ha Adoptado e Implementado La Industria de Seguros La Innovación?



Contacto de Analistas:

Jason Hopper, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5016
Jason.Hopper@ambest.com

Jieqiu Fan, Oldwick
+ (908) 439-2200 Int. 5372
Jieqiu.Fan@ambest.com

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

Contribución:

Sridhar Manyem
Steven DeLosa

2018-128.2

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

¿Qué Es Innovación?

A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten a la organización mantenerse relevante y exitosa. Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, pueden ser desarrollados o adoptados orgánicamente desde fuentes externas.

El Paisaje de la Innovación

En general, el 56% de las aseguradoras de daños considera la innovación como extremadamente crítica (17%) o muy crítica (39%) para el éxito de sus organizaciones. Menos del 14% de los encuestados cree que el sector de seguros de daños ha adoptado e implementado la innovación bien o muy bien (**Anexo 1**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado), lo que es consistente con la opinión general de que la industria del seguro se ha retrasado con respecto a otras industrias, especialmente a la bancaria, adoptando e implementando iniciativas de innovación. Aunque el sector de daños ha tenido su propia cuota de desafíos en las últimas décadas, no ha enfrentado el tipo de interrupción estructural y crisis existencial que hemos visto en otros sectores. Surgió relativamente ileso de la crisis financiera, de ahí, la lentitud del cambio. Además, si bien la industria aseguradora ha estado utilizando análisis y datos durante décadas, la digitalización del mundo está proporcionando a la industria nuevas fuentes de datos, lo que permite a las empresas estar más orientadas a éstos.

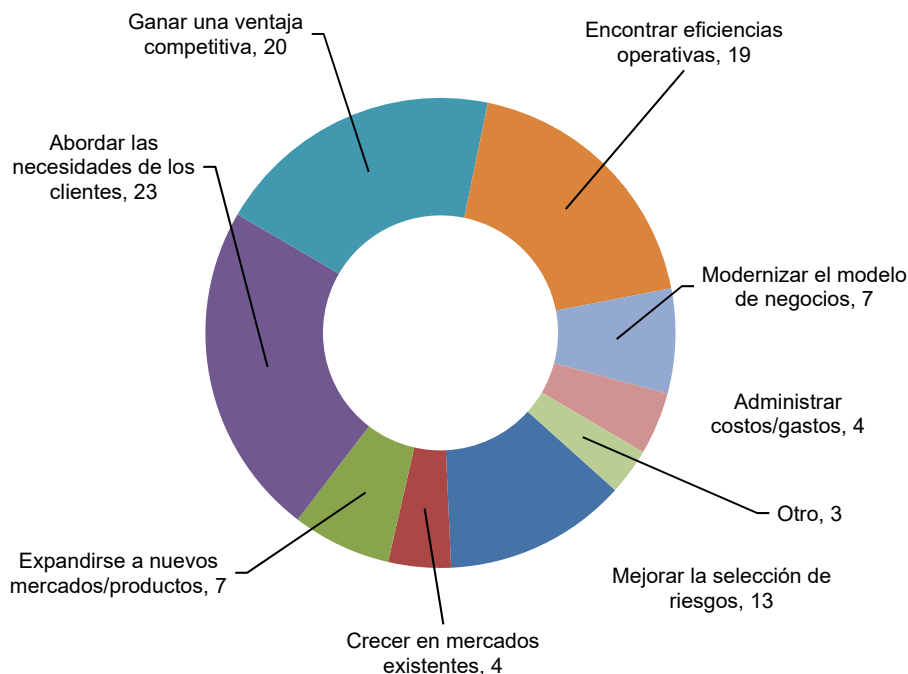
Cerca de una cuarta parte de las aseguradoras de daños encuestadas, creen que satisfacer las necesidades de los clientes es la razón principal por la que la innovación es importante para su organización, algo más que obtener una ventaja competitiva (20%) y lograr eficiencias operativas (19%), todas éstas han sido un tema común en la industria (**Anexo 2**).

Entre los ejemplos de innovación de los clientes se incluyen los chatbots, una consecuencia de los avances en inteligencia artificial. Éstos proporcionan comodidad y facilidad de uso para los consumidores, pero también benefician a las aseguradoras, al reducir los costos con interacciones automatizadas dirigidas a los clientes, como la captación de nuevos clientes y el procesamiento de reclamaciones.

La brecha de protección
(la diferencia entre

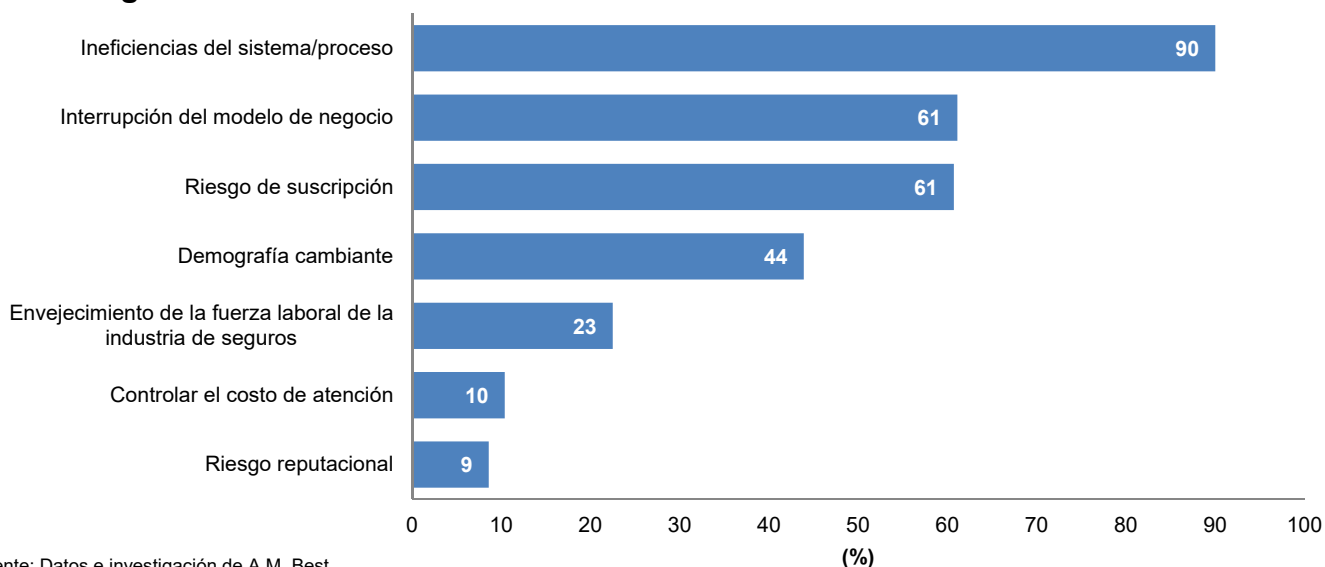
Anexo 2

¿Cuál Es La Razón Principal Por La Que La Innovación Es Importante Para Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 3

¿Cuáles Son Los Desafíos Más Importantes Que La innovación Puede Ayudar a Superar a Las Aseguradoras?

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

pérdidas aseguradas y pérdidas económicas) está aumentando en todo el mundo, especialmente en economías emergentes, y países que no han experimentado mucho progreso económico. Muchas aseguradoras grandes están tratando de abordar esta brecha mediante el uso de productos innovadores como los microseguros y los seguros inclusivos, que satisfacen las necesidades de las personas de bajos ingresos. Sin embargo, los costos de distribución y servicio, necesarios para llegar a tales poblaciones han sido prohibitivos.

Sin embargo, la inteligencia artificial y el big data pueden ayudar a las aseguradoras a expandir su alcance con la creciente globalización tecnológica y permitir el comercio a través de aplicaciones móviles.

La innovación puede ayudar a superar una serie de desafíos; las aseguradoras de daños creen que los tres principales desafíos incluyen ineficiencias del sistema/proceso (90%), interrupción del modelo de negocio (61%) y riesgo de suscripción (61%) (**Anexo 3**). De acuerdo con la observación de que las compañías de daños son lentas para innovar, las propias compañías están comenzando a darse cuenta del rezago que un sistema de TI arcaico y/o procesos ineficientes pueden tener en sus operaciones. Al no invertir en innovación, las empresas verán sus proporciones de gastos incrementarse gradualmente, tardarán más en llegar a los clientes y, finalmente, perderán su ventaja competitiva. En la era del big data y el sofisticado modelado predictivo, realizado por algunos participantes selectos, aquellos que no cuenten con capacidades de suscripción y selección de riesgos, probablemente encontrarán cada vez más difícil competir. Por ejemplo, algunas aseguradoras ofrecen descuentos por inspección si los clientes usan una aplicación de teléfono para tomar fotos y videos de su hogar, en lugar de una visita de un inspector de viviendas certificado después de la compra. Esto podría eliminar el costo y el tiempo de tener un inspector certificado, y es más conveniente para el asegurado, lo que en última instancia mejora la experiencia general del cliente. Además, las técnicas de computación visual habilitadas para la IA se pueden utilizar para analizar automáticamente las imágenes del área, para detectar daños preexistentes en las propiedades, como daños en el techo, o para detectar riesgos de responsabilidad. La computación visual también se puede utilizar en el riesgo de incendios forestales y en el análisis de inundaciones.

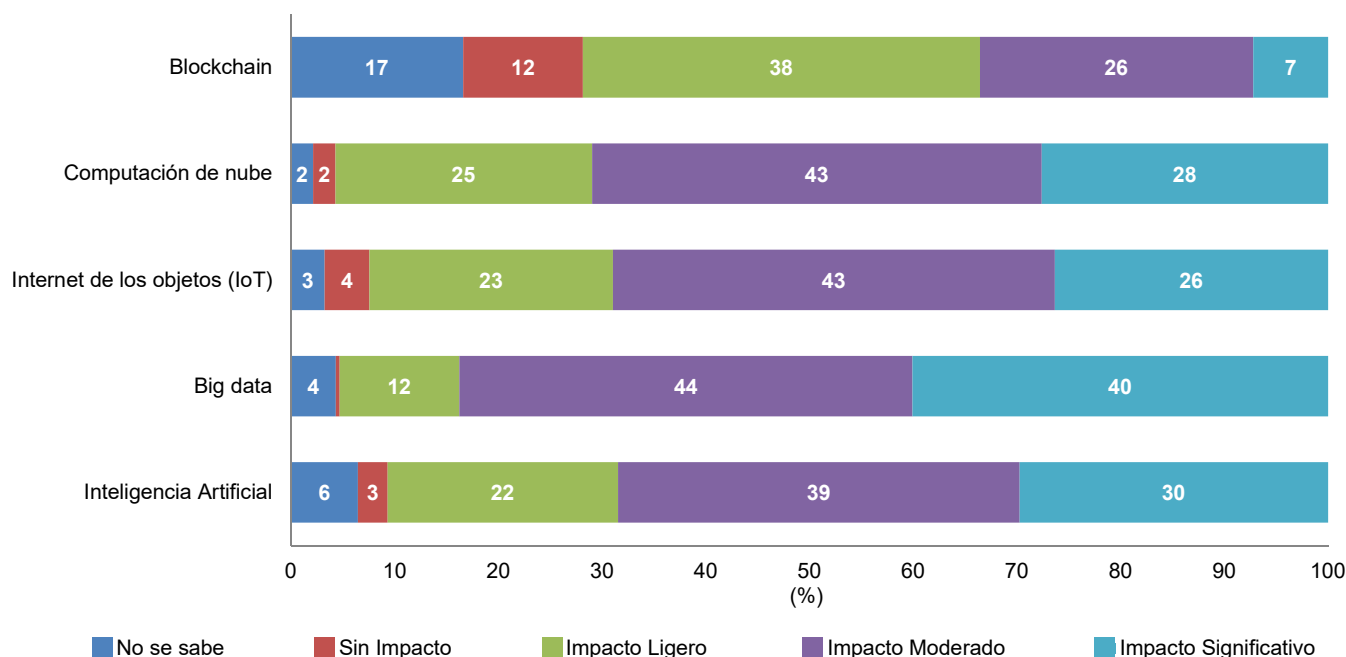
A medida que la tecnología ha evolucionado drásticamente en un período de tiempo relativamente corto y se ha vuelto más complicada, se ha abierto la puerta a nuevos productos potenciales, al tiempo que se identifican nuevos riesgos. La demanda de ciberseguros está creciendo rápidamente, a la luz de ataques cibernéticos como NotPetya y WannaCry, y los piratas cibernéticos están explotando incluso las vulnerabilidades más pequeñas en los sistemas para causar estragos a los asegurados desprotegidos. El progreso en esta área se ve obstaculizado por la falta de datos actuariales y la comprensión del riesgo. Las aseguradoras de daños que tienen equipos de suscripción con conocimientos técnicos o asociaciones estratégicas con proveedores, reaseguradores, etc., están empezando a encontrar formas innovadoras de atender la demanda.

Se espera que el big data, la inteligencia artificial y la computación de nube, sean las tecnologías más significativas que utilicen las aseguradoras de daños para facilitar el cambio innovador y mejorar sus operaciones (**Anexo 4**). Las empresas están invirtiendo en estas tecnologías en diversos grados, con un 46% invirtiendo en big data, un 35% invirtiendo en inteligencia artificial y un 60% invirtiendo en computación de nube (**Anexo 5**). Éstos podrían ayudar a las compañías a superar los tres desafíos principales que los encuestados identificaron en el **Anexo 3**. El seguro de daños siempre se ha centrado en los datos, y las aseguradoras siempre están buscando una ventaja, tratando de cobrar primas acordes con las verdaderas características del riesgo subyacente, con algún tipo de modelación predictiva. Con la creciente cantidad de datos, obtenidos de dispositivos telemáticos o sitios web de redes sociales, las posibilidades de una minería de datos aún más profunda aumentan rápidamente.

Las aseguradoras pueden usar big data para crear perfiles únicos de clientes, lo que permitiría la creación de ofertas personalizadas, basadas en preferencias individuales y datos de comportamiento. Una comprensión más detallada de los clientes puede facilitar oportunidades

Anexo 4

¿Qué Tipo De Impacto Tendrán Estas Tecnologías?

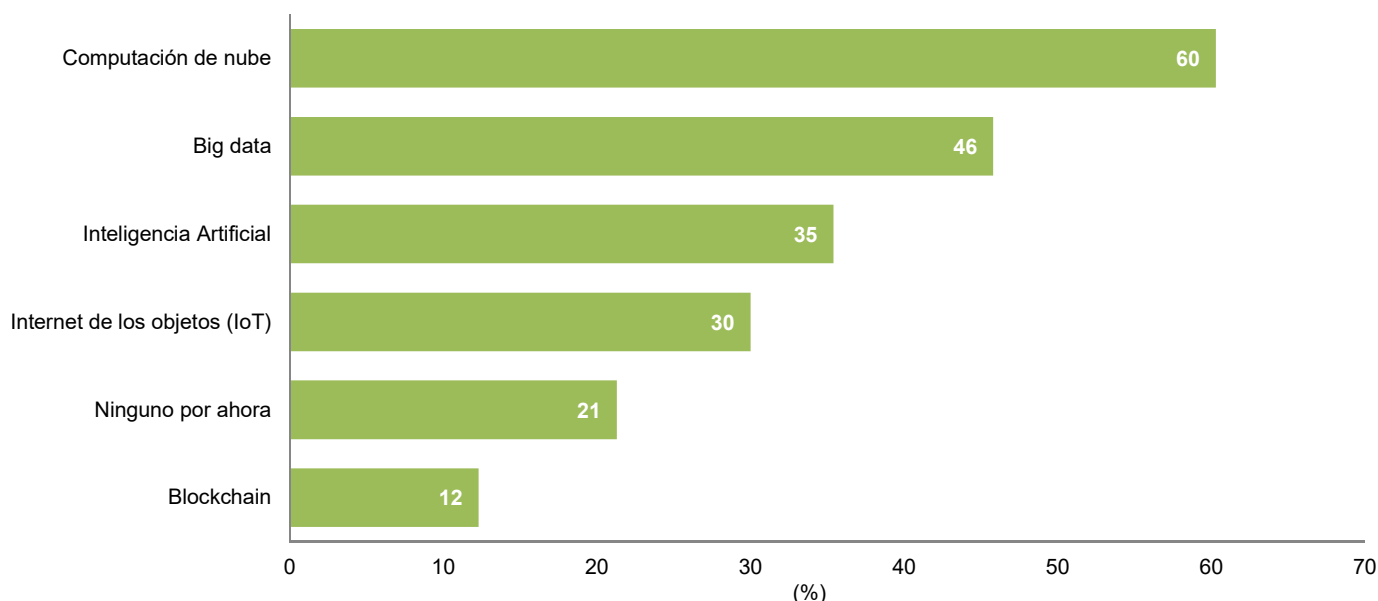


Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

de venta cruzada (cross-selling), aumentar la retención y mejorar la experiencia del cliente. La telemática, que puede capturar información cada vez más sofisticada sobre el comportamiento de los conductores, puede ayudar a las compañías de seguros a fijar precios de las pólizas con mayor precisión, basadas en los perfiles de riesgo de los conductores individuales, y conducir a una mejor comprensión de las actividades y procesos subyacentes.

Anexo 5

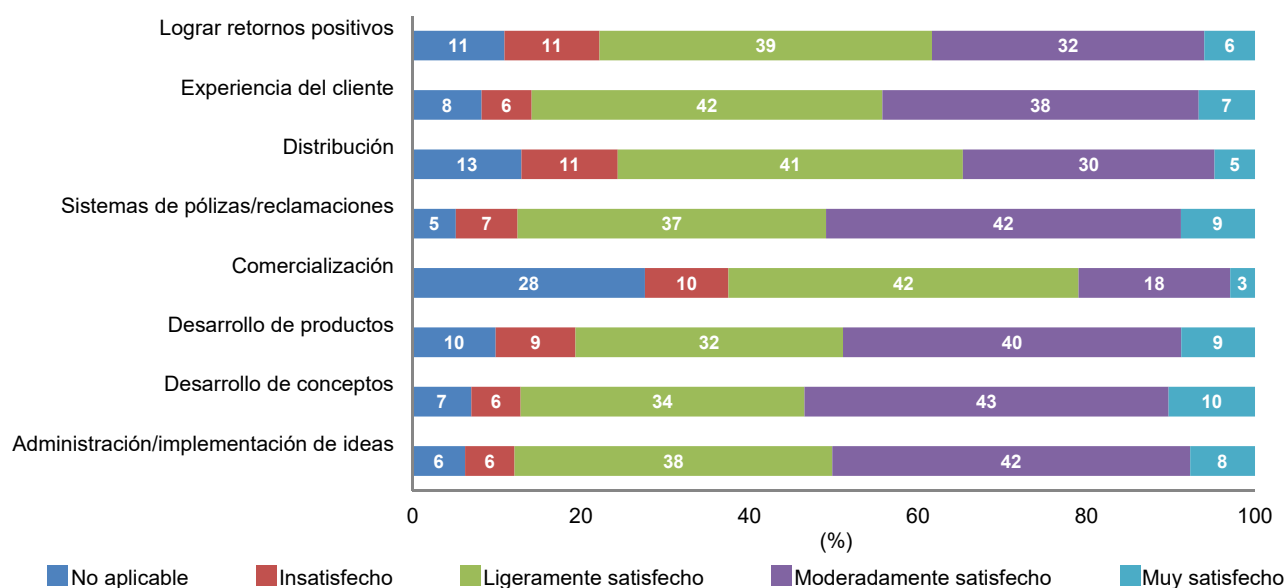
¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en Alguno de los Siguietes?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 6

¿Cuáles Son los Niveles de Satisfacción de Su Empresa con Sus Esfuerzos de Innovación en Relación con las Siguietes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

La tecnología de blockchain es relativamente menos madura que el internet de los objetos o la inteligencia artificial, y también presenta las preocupaciones más importantes en cuanto a seguridad y rendimiento. Ha habido algunos avances recientes en la industria del seguro de título, con respecto al uso de blockchain; por ejemplo, OneTitle (una nueva empresa de insurtech, con sede en Nueva York) no utiliza agentes de título en absoluto; en su lugar, utiliza tecnología encriptada, y reconoce que la cadena de bloques podría interrumpir la industria del título y sus procesos.

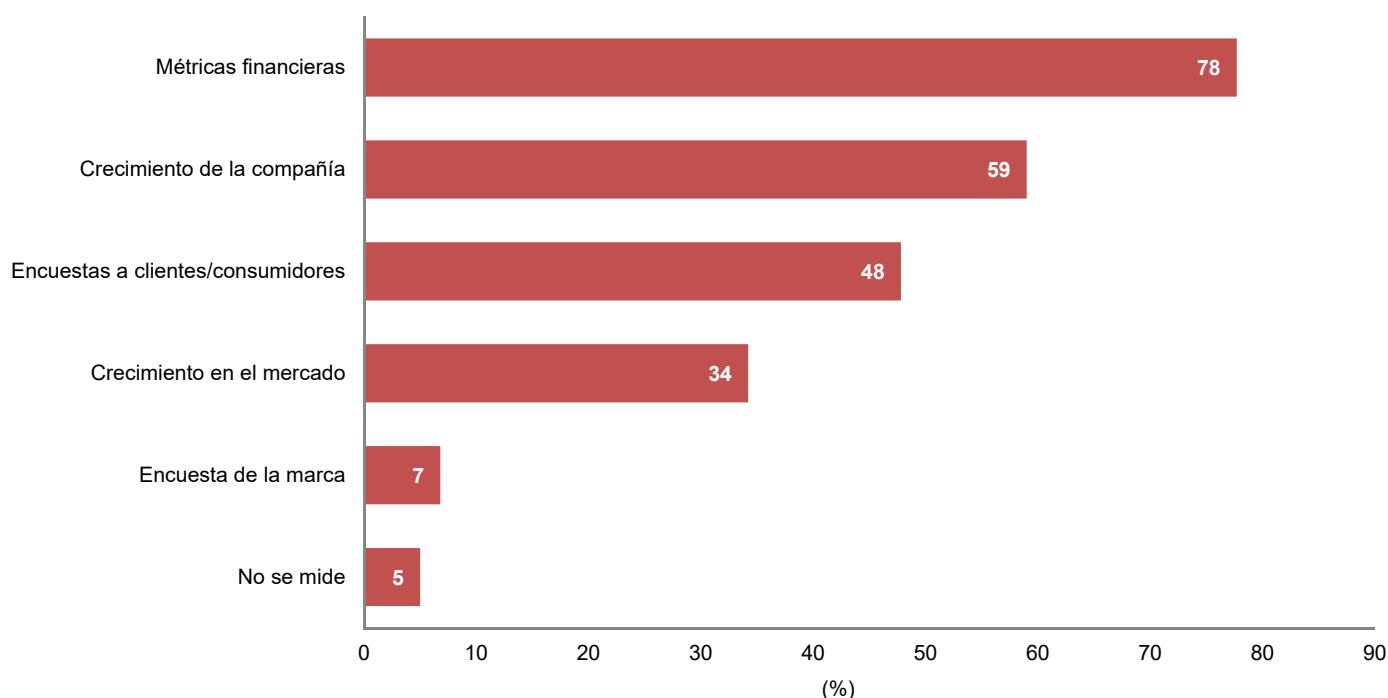
El Proceso de Innovación

La gran mayoría de las aseguradoras de daños encuestadas han comenzado a lanzar iniciativas de innovación, con poco más de un tercio en las primeras etapas de desarrollo. Casi el 60% ha lanzado con éxito una idea innovadora. El 31% ha tenido un lanzamiento exitoso, como lo demuestra un impacto medible. El setenta y uno por ciento de las organizaciones indicaron que habían introducido productos, procesos o servicios, nuevos o mejorados significativamente, en los últimos tres años, y que esperaban que estas innovaciones tuvieran un impacto medible en el tiempo.

Alrededor de la mitad de las aseguradoras de daños encuestadas están moderadamente satisfechas o muy satisfechas con sus esfuerzos de innovación, ya que se relacionan con el desarrollo de conceptos (53%), los sistemas de reclamos/pólizas (51%), la gestión e implementación de ideas (50%) y el desarrollo de productos (49%) (**Anexo 6**). Un ejemplo relacionado a la innovación en el sector, es la información proporcionada por sensores, que puede prevenir reclamos en las pólizas personales de automóviles, al modificar el comportamiento del conductor mediante alertas cuando se detectan patrones de conducción peligrosos. También puede conducir a una mejor evaluación de reclamaciones en caso de un accidente. Además, los incentivos para fomentar una conducción más segura, también pueden mejorar el compromiso y la satisfacción del cliente, como resultado de precios transparentes

Anexo 7

¿Cómo Mide el Éxito de Sus Iniciativas de Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

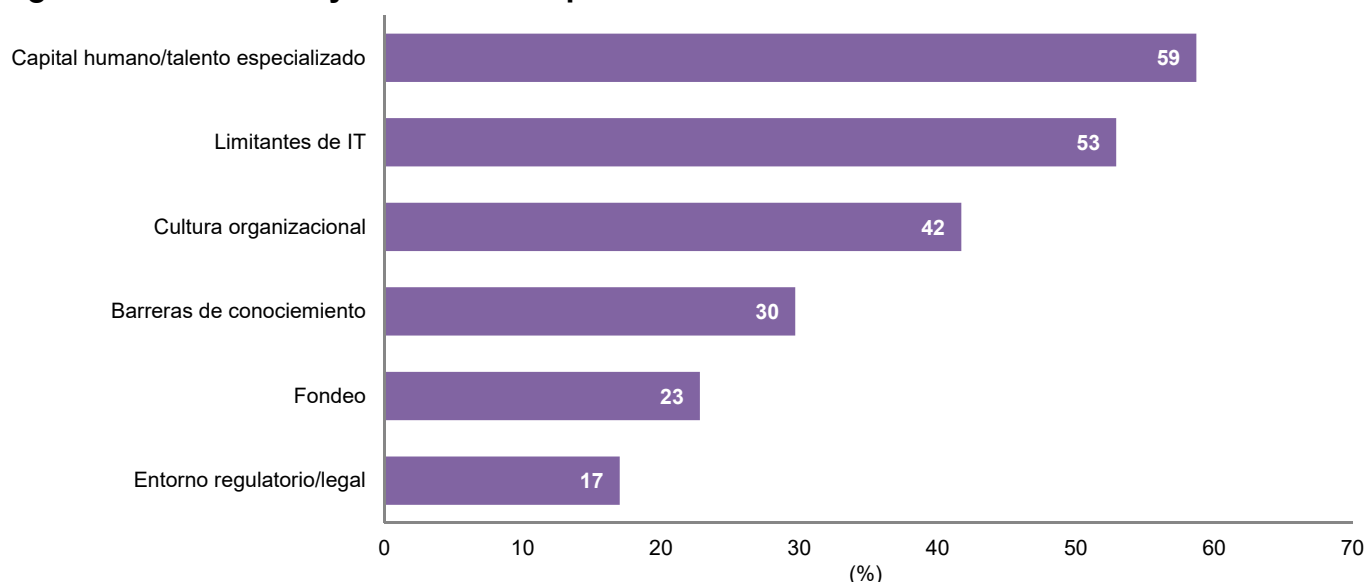
adaptados al riesgo individual. Tener sensores en toda la casa puede alertar a las compañías de seguros sobre fugas de agua, moho, inestabilidad estructural y muchas otras condiciones peligrosas relacionadas con las pólizas de los propietarios. El acceso a esta información puede cambiar el enfoque de la aseguradora hacia la prevención de reclamaciones, ya que los datos generados pueden ayudar a las compañías de seguros a comprender mejor la causa subyacente de la pérdida. Finalmente, la rápida adopción de dispositivos de internet de los objetos, por parte del sector comercial, puede crear oportunidades para que las aseguradoras se asocien con los clientes, en un esfuerzo por aprovechar sus datos y lograr resultados mutuamente beneficiosos.

La mayoría de las aseguradoras de daños tienen una idea clara de los desafíos que enfrentan y los tipos de esfuerzos necesarios para mejorar áreas específicas de operaciones, como los sistemas de reclamos/pólizas. Para medir el éxito en estas áreas, el 78% de las aseguradoras de daños usan métricas financieras, el 59% usa el crecimiento de la empresa y el 48% usa encuestas de clientes para evaluar las percepciones externas (**Anexo 7**). Los analistas de A.M. Best observan una tendencia notable entre las aseguradoras de daños centradas en la satisfacción del cliente, respaldada por métricas cuantitativas. Además, las compañías están presentando cada vez más las métricas y encuestas de la experiencia del cliente a los analistas de A.M. Best, para demostrar una mejora cuantificable después de la implementación de nuevos sistemas o procesos.

Existen desafíos para desarrollar procesos y estrategias de innovación. Los encuestados mencionaron la falta de capital humano/talento especializado (59%), limitaciones de TI (53%) y su propia cultura organizacional (42%) como los tres obstáculos más grandes para desarrollar su proceso de innovación (**Anexo 8**). Las aseguradoras de daños pueden tener estructuras corporativas rígidas y de tipo silo que no fomentan la innovación, así como una cultura que no incentive la toma de riesgos. Las limitaciones de TI también son el resultado de una baja inversión crónica. A pesar de los desafíos de la falta de capital humano interno y cierto escepticismo con respecto a la cultura organizacional, el 40% de los encuestados declara que preferiría desarrollar productos/procesos/servicios mejorados internamente, en comparación con el 32% que

Anexo 8

¿Cuáles Son los Mayores Desafíos para Desarrollar el Proceso de Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

preferiría asociarse con otra organización, y 28% que prefieren comprar de una fuente externa. El cincuenta y tres por ciento de las compañías no tienen asociaciones innovadoras con compañías o entidades de insurtech, fuera del espacio de seguro tradicional, pero las vías preferidas para aquellas que establecen asociaciones son bastante variadas, alrededor del 14% de cada una de las asociaciones declaradas incluyen realizar inversiones estratégicas en startups, participando en aceleradores de seguros o asociándose con organizaciones de investigación dedicadas.

Comprar puede tener ventajas cuando los productos o modelos requieren una cantidad abrumadora de recursos, en términos de talento y capacidad informática, y simplemente no es posible construirlos desde cero. Algo intermedio, como asociarse con otra organización, puede dar a la empresa exposición en etapas más tempranas, a un espectro más amplio de proyectos que podrían tener un mayor riesgo de fracaso. Al asociarse, una empresa puede distribuir sus riesgos, especialmente las empresas más pequeñas que entienden la necesidad y desean innovar, pero no tienen el respaldo financiero para dedicar fondos a proyectos innovadores costosos. Las aseguradoras primarias también pueden optar por trabajar con sus reaseguradoras, especialmente en el desarrollo de nuevos productos. También vale la pena señalar que el 12% de los encuestados afirmó que actualmente no están involucrados en ninguna asociación, pero tenían previsto hacerlo en el próximo año.

Estrategia de Innovación e Implementación

Las aseguradoras de daños identifican oportunidades de un conjunto bastante diverso de fuentes, con mayor enfoque en lo que los competidores y el resto de la industria están haciendo, la dirección de la gerencia, la junta directiva y empleados:

- Industria/competencia (76%)
- Dirección/junta directiva (75%)
- Empleados (71%)
- Clientes (66%)
- Equipo de ventas (53%).
- Consultores/vendedores externos (50%).

El cuarenta y cinco por ciento de las aseguradoras de daños encuestadas ven su estrategia de innovación actual como un componente clave para sus objetivos estratégicos generales, mientras que otro 36% está desarrollando una estrategia de innovación alineada con sus objetivos. Solo el 7% de las empresas no tienen una estrategia de innovación, ni planean crear una, mientras que otro 13% está desarrollando o ha desarrollado una estrategia que no se alinea explícitamente con sus objetivos estratégicos generales.

Las juntas directivas de las compañías de daños parecen estar en sintonía con las estrategias de innovación y el enfoque de sus organizaciones, ya que más del 90% de las compañías discuten la innovación al menos una vez al año, y casi la mitad dice que habla sobre la innovación cada vez que la junta directiva se reúne. Muchas juntas discuten la innovación varias veces al año, ya sea trimestralmente o en cada reunión de la junta programada regularmente. Además, aunque los equipos de administración corporativa y los miembros de la junta directiva deben demostrar liderazgo y aceptación en la parte superior, todos los empleados de la empresa pueden aportar ideas con respecto a las tareas cotidianas, ya que pueden ver directamente los obstáculos en sus funciones diarias y los beneficios potenciales de una estrategia de innovación estructurada. Además, las compañías que discuten la innovación con mayor frecuencia durante las reuniones del consejo tienden a ver la implementación de la innovación en la industria de manera más favorable, y sus procesos de innovación tienden a definirse y comunicarse más claramente en toda la organización. El cuarenta y seis por ciento de los encuestados en todo el sector está de acuerdo en que el proceso para obtener ideas innovadoras está bien definido, se comunica

claramente y se entiende en toda la compañía, frente al 21% que no lo está.

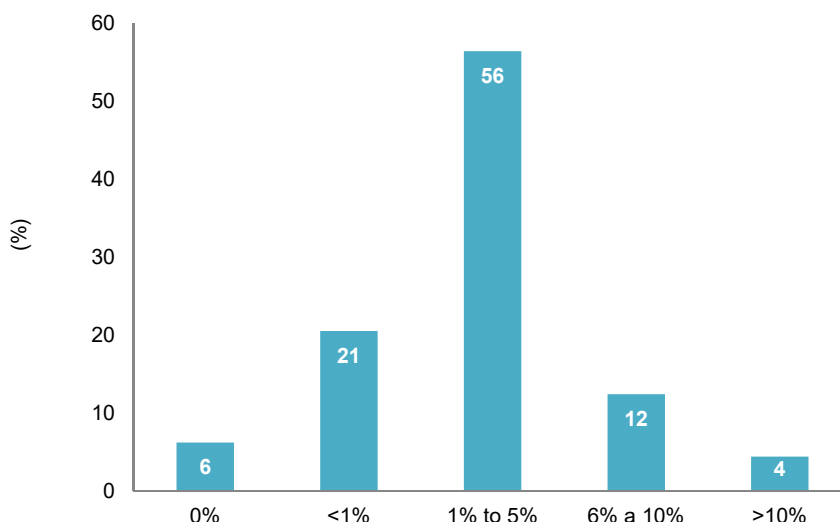
Al igual que con cualquier esfuerzo, desarrollar y ejecutar un proyecto de esta importancia requiere de planificación, preparación y ejecución adecuadas. Sin embargo, asignar una parte del presupuesto anual para invertir en mejoras innovadoras no parece ser una preocupación importante para el sector, ya que menos de una cuarta parte de las aseguradoras de daños encuestadas, declararon que el financiamiento para desarrollar un proceso

innovador fue un desafío. Más de la mitad (56%) de las organizaciones asignan entre el 1% y el 5% de su presupuesto a la innovación; alrededor del 17% asigna más del 6% (**Anexo 9**).

Más de la mitad (56%) de las aseguradoras de daños encuestadas tienen equipos de personal multifuncional que se centran en la innovación. El dieciocho por ciento de los encuestados tiene equipos dedicados a la innovación, mientras que el 25% no tiene ninguno. El ocho por ciento tiene un director de innovación, mientras que otro 12% subcontrata la función a un equipo que se enfoca en la innovación (**Anexo 10**).

Anexo 9

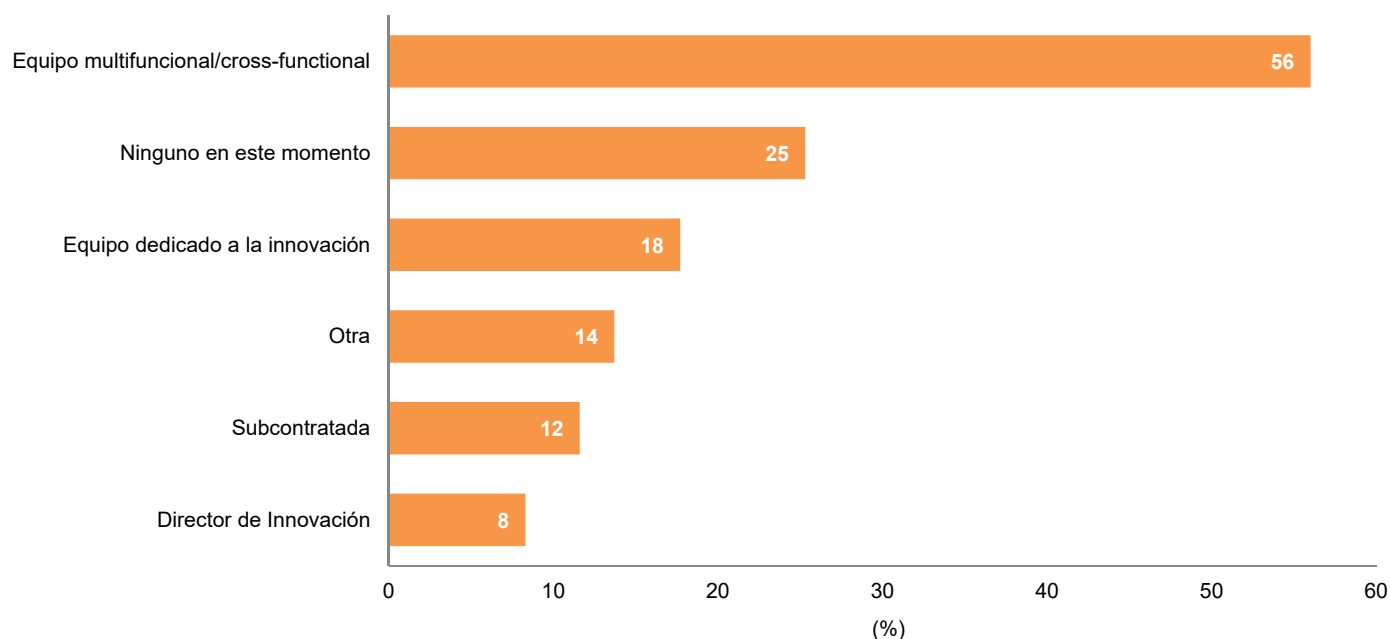
¿Qué Porcentaje del Presupuesto Anual Total de Su Empresa Se Asigna a La Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 10

¿Tiene Su Empresa Personal Que Se Centre en La Innovación?



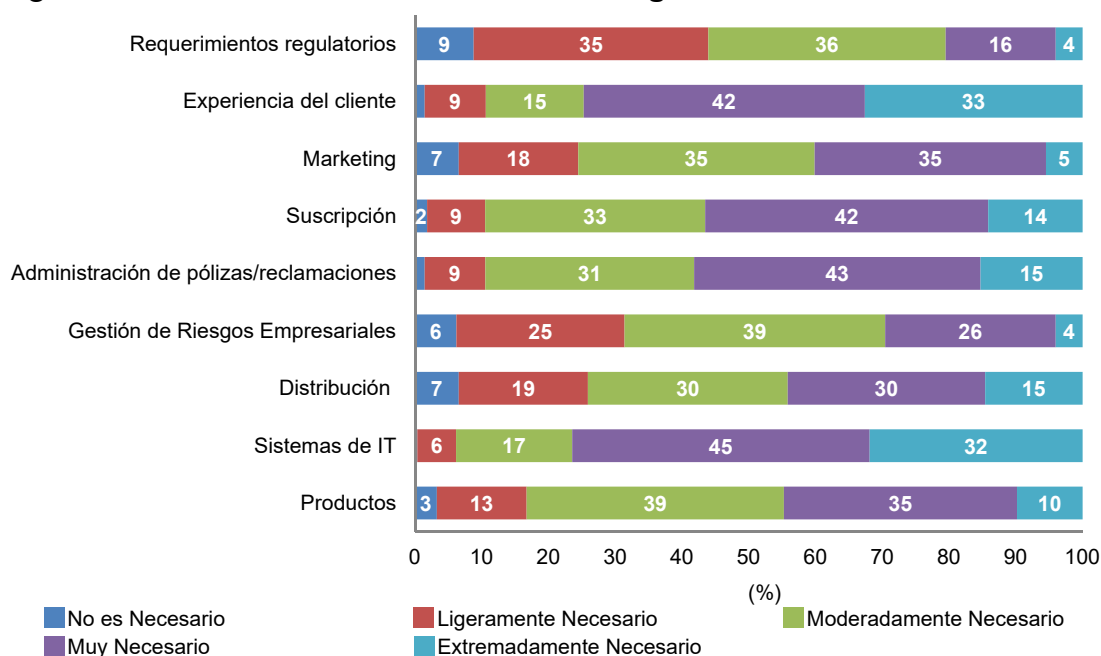
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Áreas Cruciales para la Innovación

Las dos áreas más importantes que las aseguradoras consideran muy necesarias, o extremadamente necesarias para innovar, son los sistemas de TI (77%) y la experiencia general del cliente (75%) (**Anexo 11**). La actualización o transferencia de sistemas preexistentes sigue siendo una prioridad para muchos en el segmento de daños, y las iniciativas a menudo tardan

Anexo 11

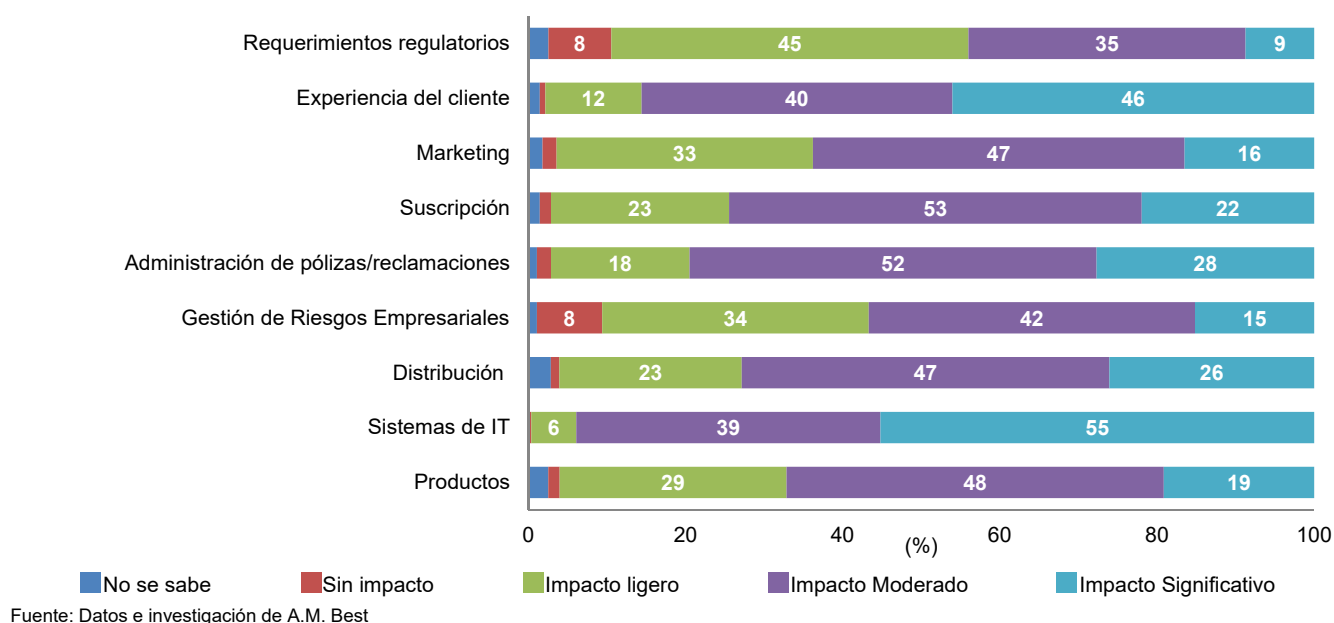
¿Qué Tan Necesario Es Innovar en las Siguietes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 12

¿En Qué Grado Espera que la Innovación Afecte las Siguietes Áreas en los Próximos Tres Años?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

varios años en completarse. Al mismo tiempo, los sistemas de TI y la experiencia general del cliente también son áreas en las que los encuestados creen que la innovación tendrá un impacto moderado o significativo en los próximos tres años (**Anexo 12**).

Los equipos ejecutivos de las compañías parecen darse cuenta de que los sistemas de TI son el área en la que la mayoría de las empresas han invertido poco en la última década, pero es posible que no estén del todo preparados para corregir el curso, posiblemente debido a la dificultad de justificar el costo. Sin embargo, la mayoría de las soluciones de insurtech que tendrán un impacto significativo y duradero, requieren un mayor nivel de preparación de TI. Esta es el área con la mayor brecha, entre donde los encuestados dicen que están, y dónde quieren estar.

Todas las áreas identificadas se relacionan con mejoras en la eficiencia, que pueden traducirse en una ventaja estratégica. Los antiguos sistemas de TI preexistentes deben actualizarse para poder comunicarse y compartir información con otros sistemas y áreas, y permitir a las aseguradoras responder rápidamente a los nuevos riesgos. La experiencia y la satisfacción del cliente pueden mejorarse, ya sea a través de algoritmos más especializados, y un mejor uso de big data para obtener precios adecuados, o mejoras más avanzadas para acelerar el proceso de suscripción e incrementar la satisfacción del cliente.

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

La Mayoría de las Aseguradoras de Vida y Pensiones Consideran que la Experiencia del Cliente es la Razón Principal para la Innovación

Las aseguradoras de Vida y Pensiones utilizan la innovación para dirigir mejor sus esfuerzos de mercado, así como para agilizar sus procesos de negocio.

Enfocarse continuamente en la innovación es primordial para mantenerse competitivo en un mercado que se encuentra en constante cambio. La industria de los seguros a menudo se considerada rezagada en la innovación. En agosto de 2018, A.M. Best encuestó al universo de las compañías que califica, para obtener una mejor lectura del estado de la innovación en la industria. Los hallazgos en este informe se basan en las respuestas que recibimos. La industria de seguros, en general, reconoce que se ha subido al tren de la innovación bastante tarde, ya que prácticamente ningún encuestado cree que la industria ha adoptado e implementado la innovación “extremadamente bien”. Sin embargo, los hechos observados por los analistas de A.M. Best sugieren que se ha prestado mayor atención a la innovación en los últimos años, a medida que la tecnología y los métodos para realizar negocios han evolucionado.

El mercado de vida y pensiones ha sido desafiado últimamente, pues el sector lucha por satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores, actualizar su modelo de negocios a los últimos estándares tecnológicos y atraer a los segmentos de consumidores que normalmente quedan fuera de su nicho de mercado tradicional. La innovación puede ayudar a los emisores de seguros de vida y pensiones a enfrentar estos desafíos, especialmente aquellos relacionados con la experiencia del cliente. Las respuestas del sector indicaron que los suscriptores de vida y pensiones son conscientes de estas deficiencias, y están trabajando para resolverlas.

El Paisaje de la Innovación

En general, el 61% del sector de vida y pensiones considera la innovación como extremadamente crítica (8%) o muy crítica (53%) para el éxito de su organización. Sin embargo, de la industria en general, las compañías de vida y pensiones opinan menos favorablemente respecto a qué tan bien la industria ha adoptado e implementado la innovación (**Anexo 1**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado).

Esta visión, menos positiva, puede deberse a algunos aspectos del modelo de negocio de los seguros de vida y pensiones. Estos productos se mantienen vigentes durante largos períodos de tiempo, lo que ha provocado que el sector sea menos propenso a realizar cambios abruptos en los productos que ofrece. En general, se considera que los productos de vida y pensiones requieren una venta activa, lo que también los hace diferentes de los seguros de daños o de salud. De ahí que una parte significativa de los esfuerzos de las empresas por innovar, se han centrado en el aspecto de ventas front-end. Más específicamente, las compañías han centrado sus esfuerzos en usar big data para dirigir mejor los esfuerzos de marketing y aprovechar la tecnología, tanto para agilizar los procesos de negocios como para hacer que agentes y clientes interactúen con ellos de forma más sencilla y eficiente.

Más de una cuarta parte de las aseguradoras de vida y pensiones encuestadas creen que atender

Contacto de Analistas:

Jason Hopper, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5016
Jason.Hopper@ambest.com

Kevin Varvaro, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5487
Kevin.Varvaro@ambest.com

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

Contribución:

Thomas Rosendale
William Pargeans
Steven DeLosa
Edward Kohlberg

2018-128.3

¿Qué Es Innovación?

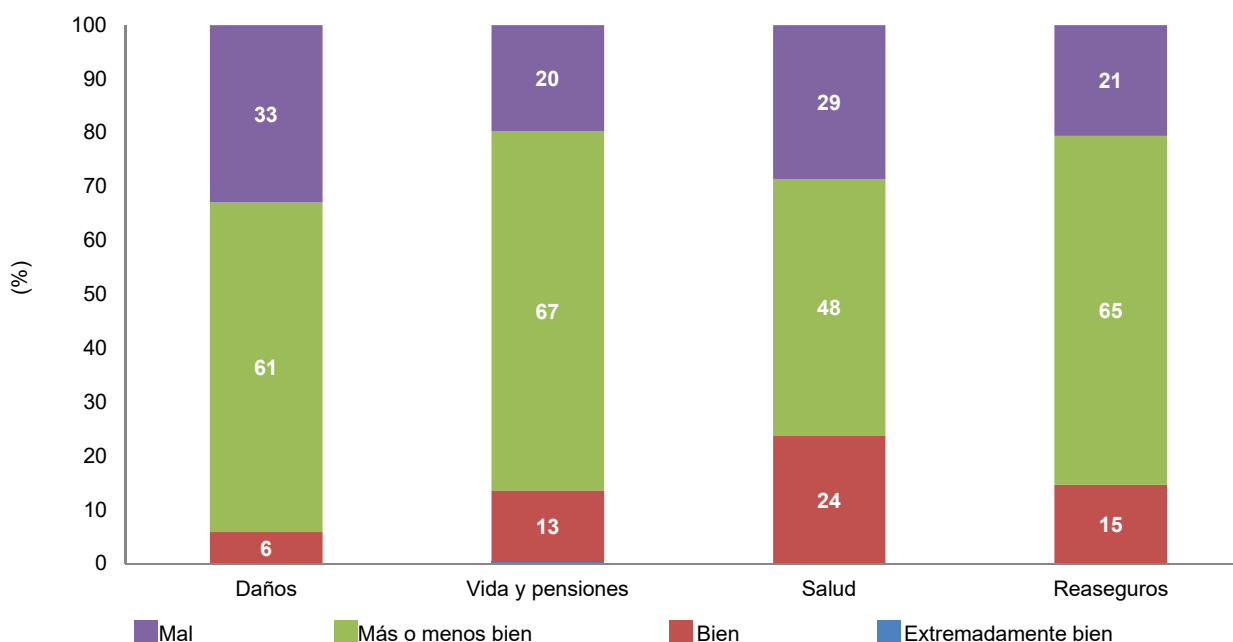
A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten a la organización mantenerse relevante y exitosa. Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, pueden ser desarrollados o adoptados orgánicamente desde fuentes externas.

las necesidades de los clientes (incluidas las necesidades de los socios de distribución clave) es la razón principal por la que la innovación es importante para su organización, un tema común en las respuestas. Muchos suscriptores de vida y pensiones se están esforzando por penetrar en el mercado medio y el Millennial, que a menudo se encuentran desatendidos, o son esquivos. Los Millennials en particular, son un desafío importante, pues la generación “más joven” no siempre ve el valor de los productos de vida y pensiones a largo plazo, especialmente cuando el pago de la deuda estudiantil, y la adquisición de una casa, frecuentemente son percibidos como objetivos más inmediatos. La distribución directa-al-consumidor (DTC, por sus siglas en inglés) es una tendencia creciente que busca lograr una mejor penetración en estos mercados, pero requiere inversiones significativas y podría entrar en conflicto con los canales de distribución existentes.

El veintiocho por ciento de los encuestados cree que atender las necesidades de los clientes es la razón principal por la que la innovación es importante; El 20% cree que obtener una ventaja competitiva es lo más importante; y el 13% cree que lo más importante es expandirse a nuevos mercados/productos o mejorar la eficiencia operativa (**Anexo 2**). Para las compañías de vida y

Anexo 1

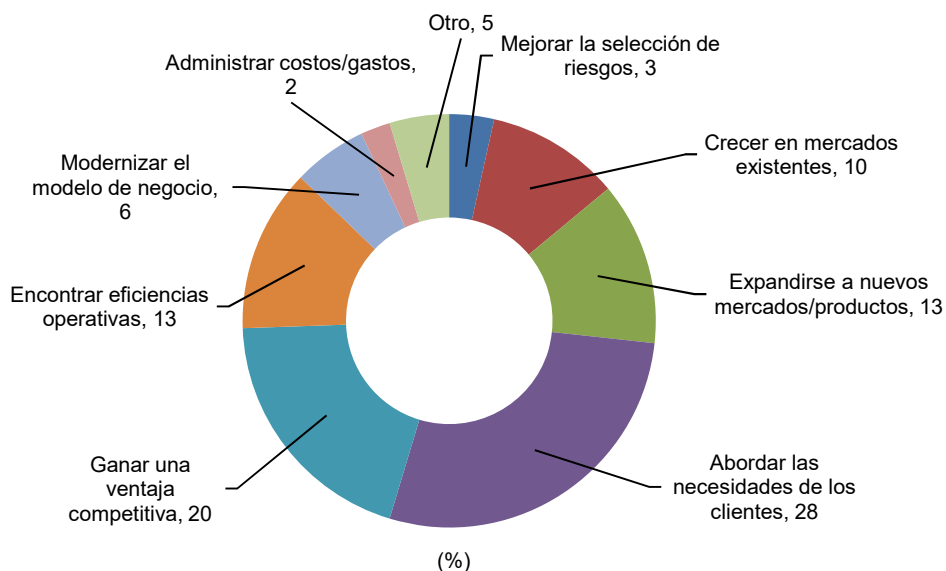
¿Qué Tan Bien Ha Adoptado e Implementado La Industria de Seguros La Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 2

¿Cuál es la Razón Principal por la Cual la Innovación es Importante para Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

pensiones, la innovación puede ser un medio de combate contra una línea de productos cuyo crecimiento es extremadamente bajo, al tiempo que mejora las tasas de retención y desarrolla posibles oportunidades de cross-selling.

Las aseguradoras de vida y pensiones creen, de manera abrumadora, que los tres problemas principales del sector son las ineficiencias del sistema/proceso (83%), la demografía cambiante (67%) y la interrupción del modelo de negocio (65%) (**Anexo 3**). La transferencia de sistemas preexistentes a plataformas más nuevas y más eficientes es una de las principales prioridades para muchos en la industria, mientras que las inquietudes sobre los cambios demográficos probablemente se deben a la falta de interés de los Millennials en los productos de vida y pensiones, en comparación con los Baby Boomers, un grupo más consolidado. Por otro lado, las compañías que dependen en mayor medida de las fuerzas de la agencia cautiva, ven el reclutamiento de agentes como un desafío importante en los próximos años, a medida que los agentes productivos establecidos se retiran. Atraer agentes es cada vez más difícil, dado que las personas más jóvenes que ingresan a la fuerza laboral, no perciben las ventas de seguros de vida como una carrera viable a largo plazo. La distribución DTC es una avenida preparada para el crecimiento, que puede abordar en parte el problema del reclutamiento de agentes; esto significará que muchos más aseguradoras tendrán que intensificar el frente digital, para evitar ser eclipsados por aquellas que hacen que el proceso de suscripción sea transparente para los asegurados potenciales, dándoles una ventaja competitiva.

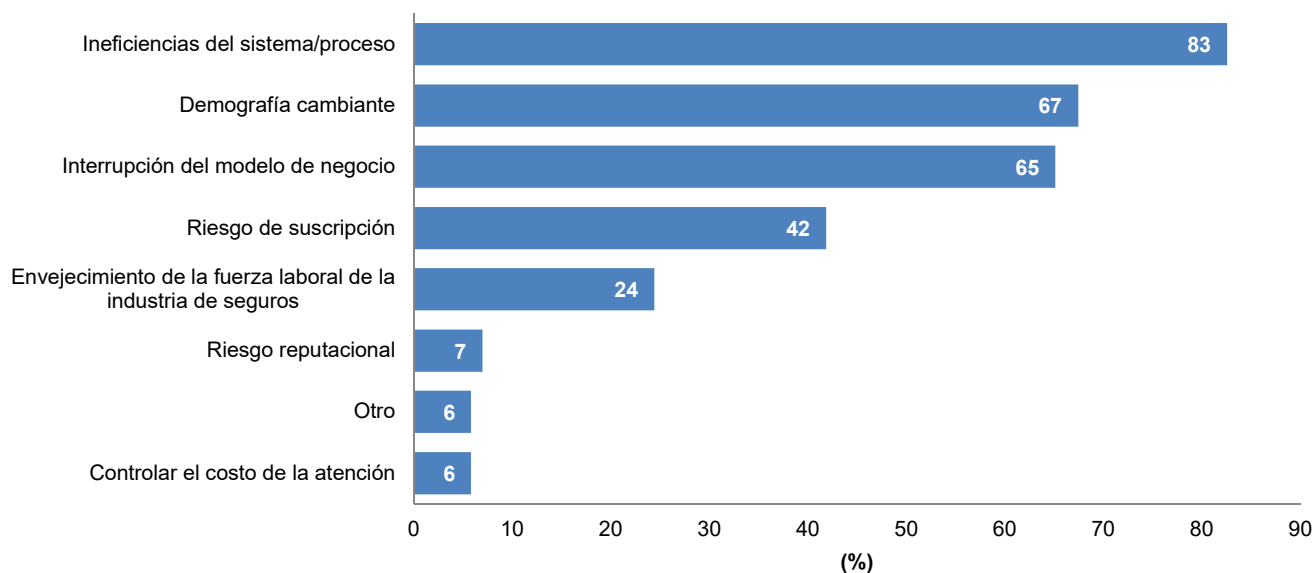
Es probable que el big data y la computación de nube sean las dos tecnologías más importantes que utilicen las aseguradoras de vida y pensiones para facilitar el cambio innovador y mejorar sus operaciones (**Anexo 4**). Las aseguradoras podrían usar estas tecnologías para explotar los cambios demográficos, y obtener una ventaja competitiva, descubriendo mejores métodos para comercializar, distribuir y suscribir a diferentes generaciones, subgrupos, e incluso individuos. Algunas compañías también han estado utilizando análisis de datos para segmentar el mercado y sus clientes existentes,

con la intención de utilizar este conocimiento para penetrar más en sus hogares, mejorar sus actividades de retención de clientes y dirigirse de manera más efectiva a nuevos prospectos.

Actualmente, muchas compañías exploran el uso de modelos basados-en-datos para la suscripción de seguros de vida, que pueden tomar decisiones instantáneamente sin la necesidad de sangre, orina o declaraciones médicas.

Anexo 3

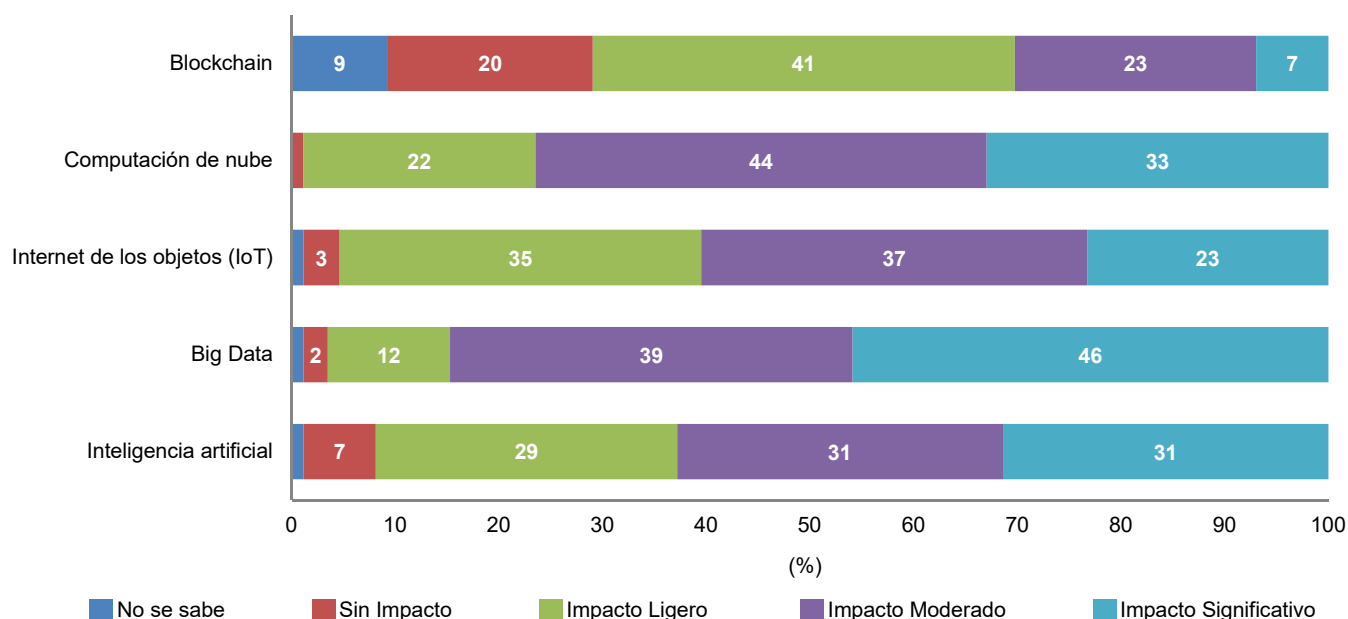
¿Cuáles Son los Desafíos Más Importantes que la Innovación Puede Ayudar a Superar a Las Aseguradoras?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 4

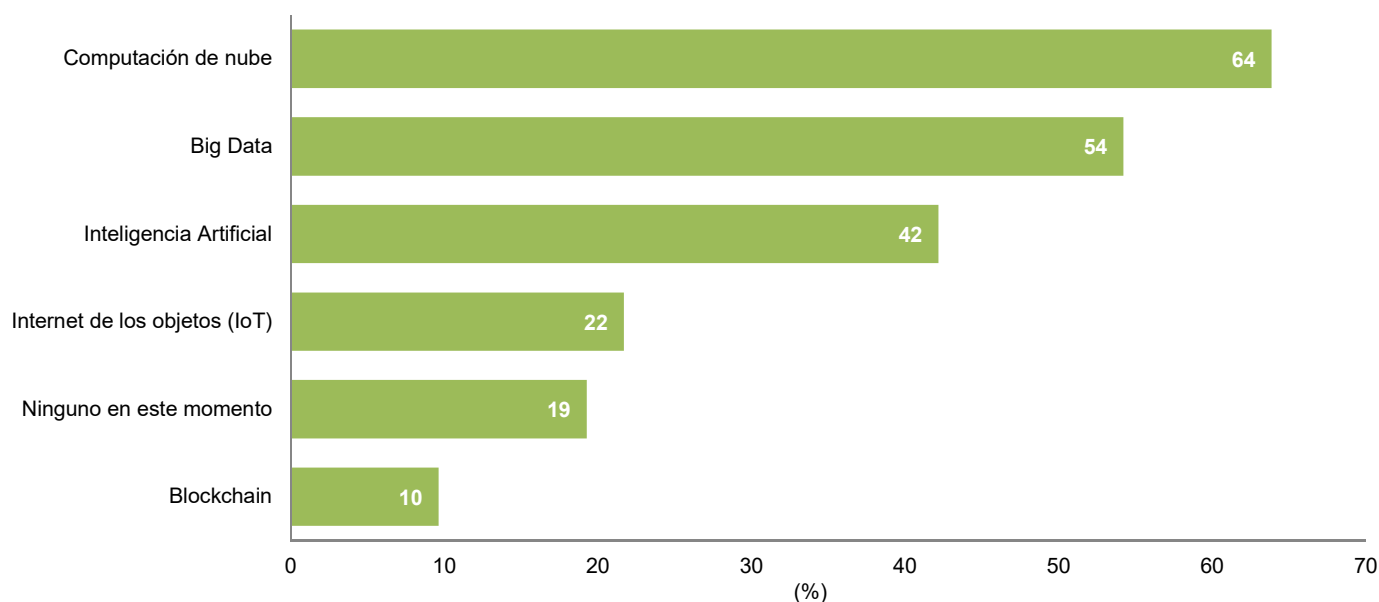
¿Qué Clase de Impacto Van a Tener Estas Tecnologías?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 5

¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en Alguno de los Siguietes?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Aunque la mayoría está asociada con sus reaseguradoras en estos esfuerzos, algunas compañías más grandes están desarrollando esta capacidad por su cuenta. Sin embargo, incluso con una aceptación rápida, muchos clientes potenciales todavía tienen que esperar para recibir sus pólizas, pues pasan por una práctica más antigua de emisión de pólizas. Dado que los avances tecnológicos pueden ayudar a superar este problema, casi dos tercios, y más de la mitad de los encuestados están invirtiendo o planean invertir en computación de nube y big data, asignando recursos para invertir en tecnologías que las empresas consideran que tendrán el mayor impacto (**Anexo 5**). La mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo en que, en los próximos años, el blockchain tendrá menos impacto en comparación con otros avances tecnológicos, a pesar de la explosión en la popularidad de la criptomoneda.

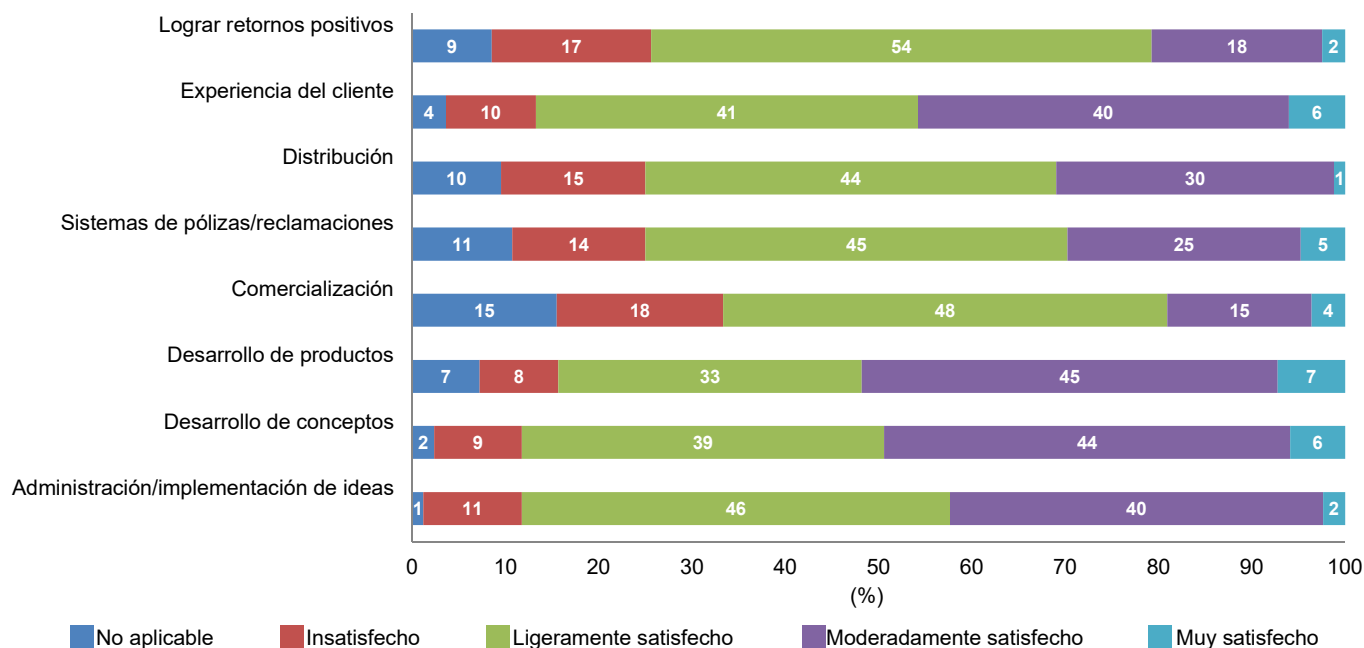
El Proceso de Innovación

La gran mayoría de las aseguradoras de vida y pensiones encuestadas han comenzado a trabajar en iniciativas de innovación, aunque aproximadamente un tercio aún se encuentra en las primeras etapas de desarrollo. Si bien el 60% lanzó una iniciativa con éxito, solo una cuarta parte tuvo un lanzamiento exitoso que tuvo un impacto medible. Sin embargo, el 81% indicó que han introducido productos, procesos o servicios nuevos, o mejorados significativamente, en los últimos tres años y que esperan que estas innovaciones tengan un impacto medible en el tiempo.

La visión que las aseguradoras de vida y pensiones tienen de la innovación, refleja la satisfacción de cada compañía con sus propios esfuerzos en diversas áreas. Más del 10% de los encuestados dijeron que no estaban satisfechos con sus esfuerzos de innovación en cinco áreas (**Anexo 6**): los encuestados estaban menos satisfechos con la comercialización (18%), retornos positivos (17%), distribución (15%), sistemas de reclamaciones/pólizas (14%) y gestión e implementación de ideas (11%). El desarrollo de productos tuvo el porcentaje más alto de encuestados muy satisfechos (7%), seguido por la experiencia del cliente y el desarrollo de conceptos. Los analistas de A.M. Best observan que las aseguradoras de vida y pensiones han

Anexo 6

¿Cuáles Es el Nivel de Satisfacción de Su Empresa con Sus Esfuerzos de Innovación en Relación con las Sigüientes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

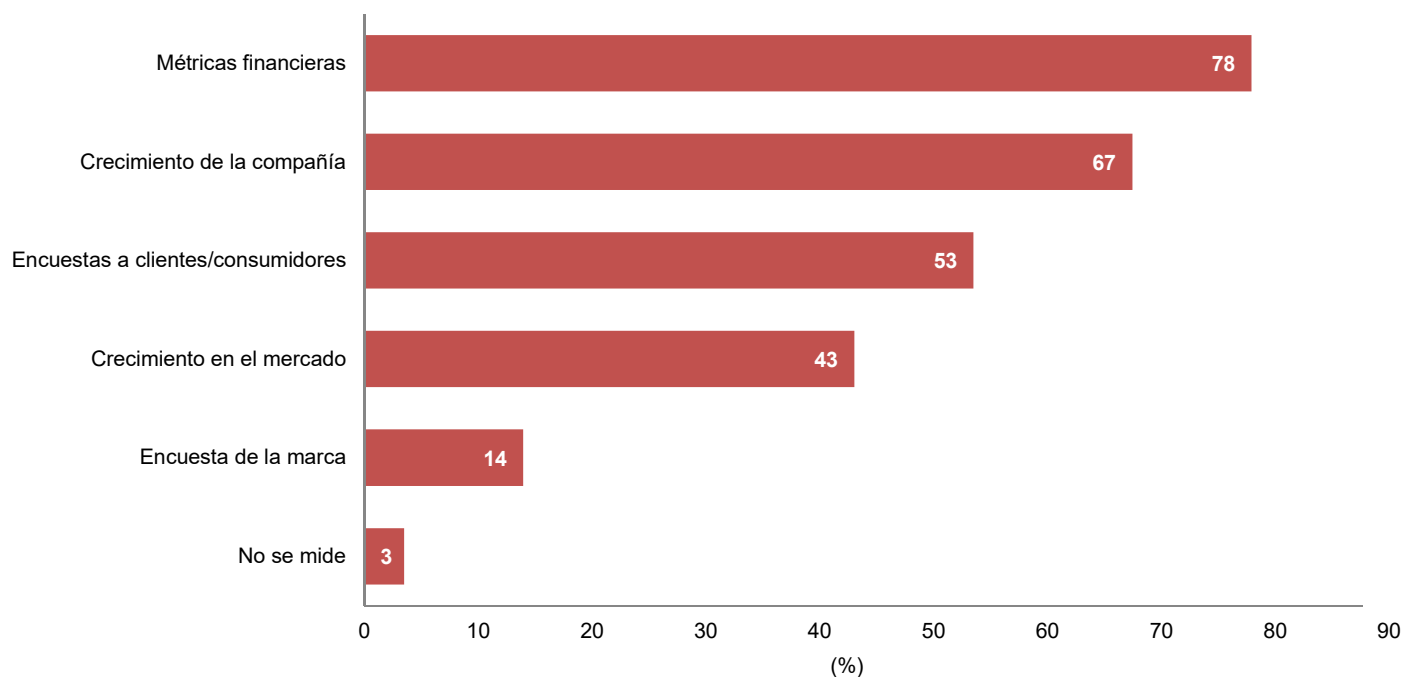
ampliado su oferta de productos, o mejorado su oferta actual, han creado roles o estrategias formales de innovación, y se han centrado en la satisfacción del cliente, respaldándose en métricas cuantitativas. Los nuevos corredores/productos, los servicios de valor agregado y las entidades que ingresan a mercados previamente ignorados (como el de las necesidades previas/gastos finales) son avances recientes en el sector y respaldan los hallazgos de la encuesta sobre el desarrollo de productos.

No existe un modelo único para buscar mejoras de innovación o para medir su éxito. Las métricas financieras son las “medidas de éxito” más utilizadas (78%), seguidas del crecimiento de la empresa (67%), mientras que las encuestas a clientes/consumidores (53%) se utilizan para evaluar las percepciones externas (**Anexo 7**). Claramente, el rendimiento mejorado de primera línea es un indicador importante, pero aún faltan resultados con respecto al impacto general en la mejora de los resultados, de suscripción y rentabilidad.

Desarrollar un proceso y una estrategia de innovación presenta desafíos. Los encuestados mencionaron la falta de capital humano/talento especializado (58%), limitantes de TI (50%) y su propia cultura organizacional (49%) como los tres obstáculos más grandes para desarrollar sus procesos de innovación (**Anexo 8**). Sin embargo, las aseguradoras de vida y pensiones identificaron claramente una estrategia favorita para desarrollar iniciativas de innovación y afrontar estos desafíos, ya que más de la mitad de los encuestados dijeron que preferirían mejorar, o crear mejores productos/procesos/servicios en la empresa, más del doble de las respuestas de asociación con otra organización (29%), o comprando de una fuente externa (19%).

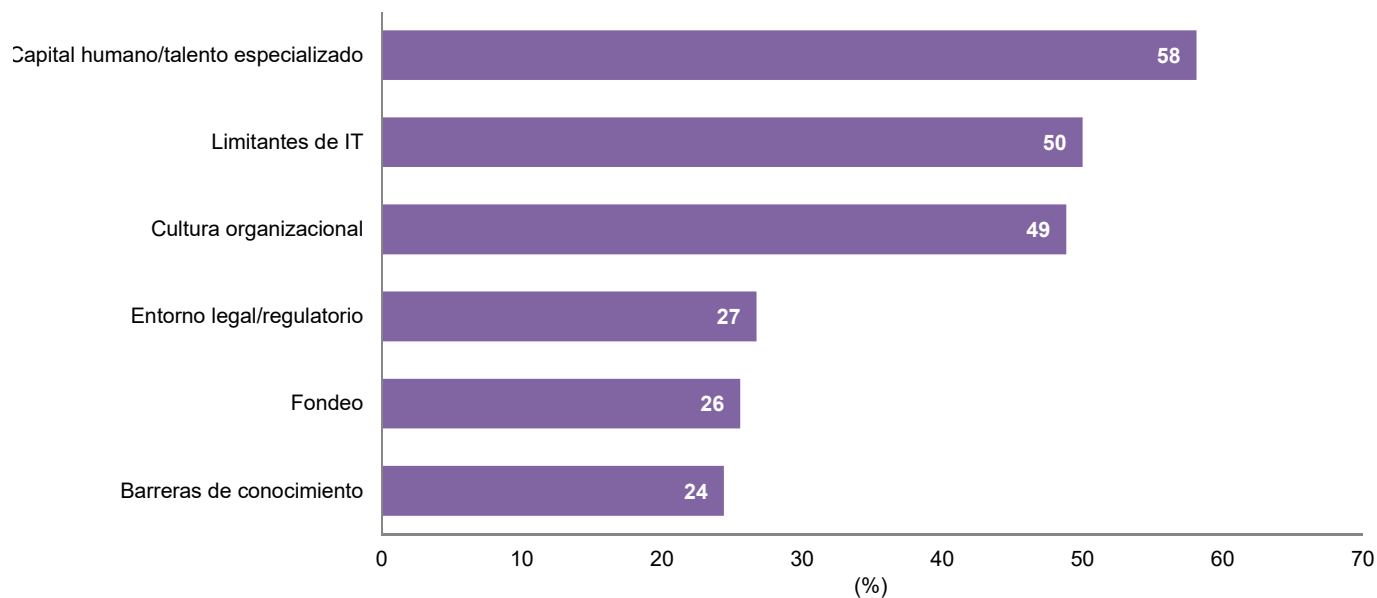
Si bien el 43% de las empresas no tiene asociaciones innovadoras con compañías o entidades insurtech que no pertenezcan al sector tradicional de seguros, las vías preferidas para

Anexo 7

¿Cómo Mide el Éxito de Sus Iniciativas de Innovación?

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 8

¿Cuáles Son Los Desafíos Más Grandes para Desarrollar el Proceso de Innovación?

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

aquellos que deciden establecer asociaciones se distribuyen de manera bastante equitativa, y aproximadamente el 15% afirma que dichas alianzas pueden abarcar ser propietarios/invertir en un fondo de capital de riesgo, participar en aceleradores de seguros o asociarse con una organización de investigación dedicada. Las empresas más pequeñas pueden entender la necesidad y tener el deseo de innovar, pero pueden no tener el respaldo financiero para dedicar fondos para proyectos innovadores costosos, y por lo tanto es más probable que utilicen asociaciones con organizaciones que sí tienen esas capacidades. Las aseguradoras primarias también pueden optar por trabajar con sus reaseguradoras, especialmente en el desarrollo de nuevos productos. También vale la pena señalar que el 16% de los encuestados afirmó que no estaban involucrados actualmente en ninguna asociación, pero planeaban hacerlo en el próximo año.

Estrategia de Innovación e Implementación

Las aseguradoras de vida y pensiones identifican oportunidades de innovación a partir de seis fuentes de manera relativamente equitativa, con un enfoque mayor en lo que hacen los competidores y el resto de la industria:

- Industria/competidores (90%)
- Empleados (78%)
- Equipo de ventas (75%)
- Dirección/consejo de administración (70%)
- Clientes (65%)
- Consultores/vendedores externos (57%)

Adicionalmente, algunas compañías confían en la comunidad de reaseguro para ayudar con la innovación de productos y, en algunos casos, para compartir información sobre el desempeño de los nuevos negocios de suscripción. Muchas aseguradoras también buscan ideas innovadoras por parte de sus propios empleados, lo que no solo aumenta la moral de los éstos, sino que también crea eficiencias y reduce los costos.

Resaltando la creciente importancia de la innovación, el 44% de las aseguradoras de vida y pensiones encuestadas ven sus estrategias de innovación actuales como un componente clave de sus objetivos estratégicos generales; otro 34% está desarrollando estrategias de innovación que se alinearán con sus objetivos estratégicos generales, lo que demuestra que la mayoría de las empresas comprenden la importancia de dicha alineación. Un 16% menor está desarrollando (3%) o ha desarrollado (13%) una estrategia que no se alinea explícitamente con sus objetivos estratégicos generales; solo el 6% de las empresas no tienen ninguna estrategia de innovación, ni planean crear una.

Los consejos directivos de las compañías de vida y pensiones parecen estar adecuadamente comprometidos con las estrategias y el enfoque de innovación de sus organizaciones, ya que más del 90% de los encuestados discuten la innovación en las reuniones del consejo al menos una vez al año, y casi el 36% comenta que habla sobre innovación en cada junta del consejo. Muchas discuten la innovación a lo largo del año, ya sea trimestralmente o en una reunión regular del consejo. Además, aquellos que discuten la innovación con mayor frecuencia tienden a ver la implementación de innovación de la industria de manera más favorable, y tienen opiniones más firmes sobre la definición clara y la comunicación del proceso innovador en toda la organización.

Al igual que con cualquier esfuerzo, desarrollar y ejecutar un proyecto de esta importancia requiere planificación, preparación y ejecución adecuadas. Sin embargo, la asignación de

una parte del presupuesto anual para invertir en mejoras innovadoras no parece ser una preocupación importante para la mayoría del sector, ya que solo una cuarta parte de las compañías encuestadas de vida y pensiones, afirmaron que el financiamiento para desarrollar un proceso innovador fue un desafío. Más de la mitad de la industria total destina entre el 1% y el 5% de sus

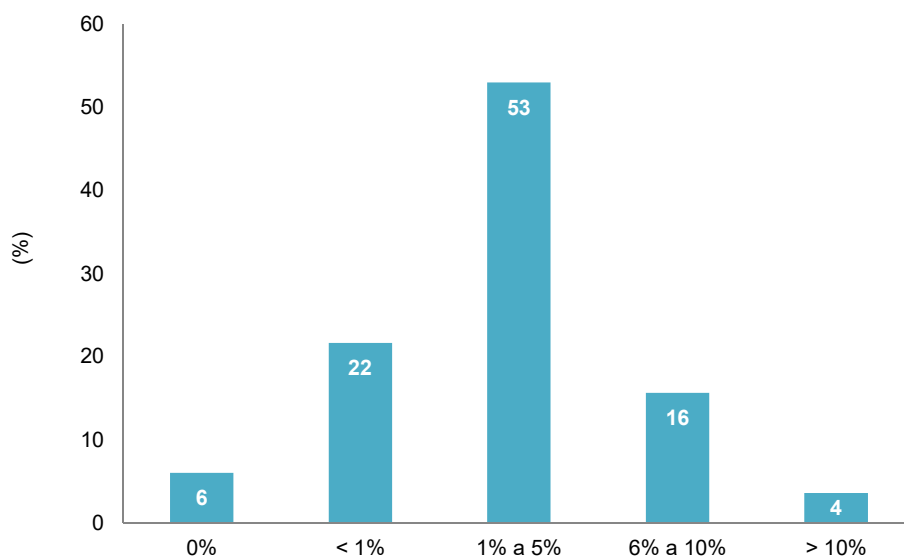
presupuestos anuales a la innovación. El sector de vida y pensiones tiene la proporción más alta (16%) de organizaciones que asignan entre el 6% y el 10% de su presupuesto total anual para iniciativas de innovación (**Anexo 9**).

A.M. Best señala que probablemente la relativa falta de preocupación sobre el financiamiento de las iniciativas de innovación, se debe, en parte, a los índices de capital relativamente fuertes en todo el sector, así como del entorno relativamente estable del mercado financiero.

Si entramos en un

Anexo 9

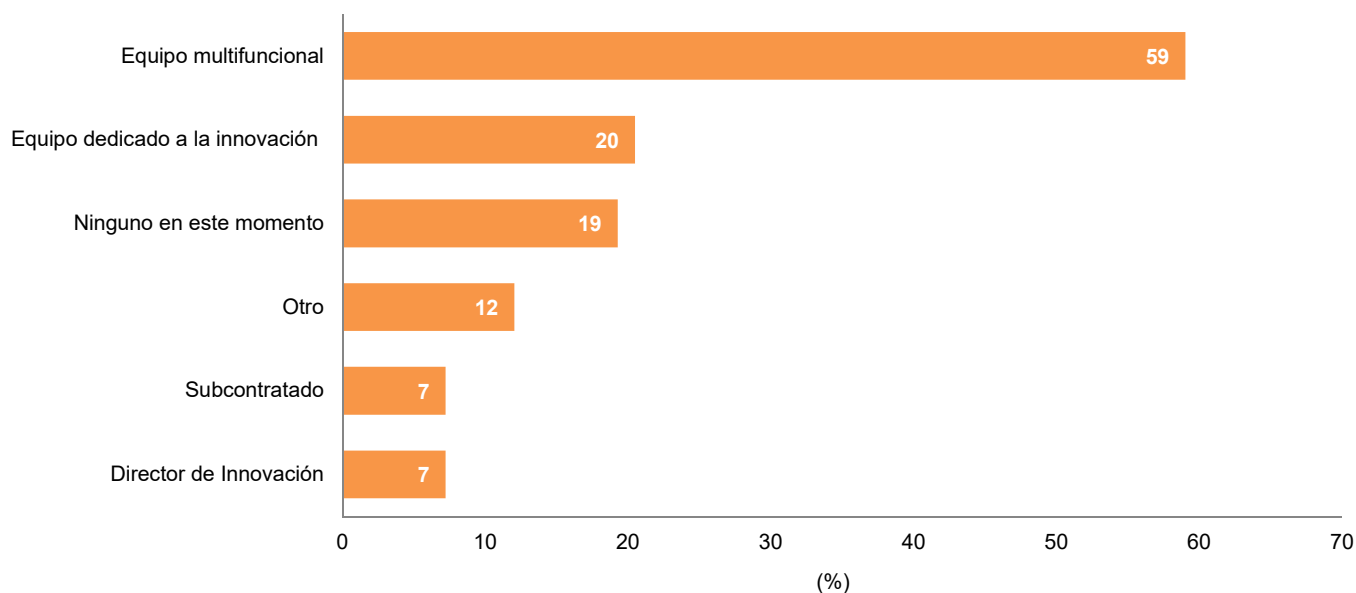
¿Qué Porcentaje de Su Presupuesto Total Anual Es Destinado a la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 10

¿Su Compañía Tiene Personal Enfocado en la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

período de estrés del mercado financiero, el presupuesto para la innovación podría entrar en competencia con otras prioridades financieras.

Casi el 60% de las compañías encuestadas de vida y pensiones, tienen equipos de personal multifuncional que se centran en la innovación; El 20% de los encuestados tiene equipos dedicados a la innovación, casi la misma proporción que los que no tienen ninguno. Solo el 7% de los encuestados tiene un director de innovación; otro 7% externaliza la función (**Anexo 10**). A.M. Best observa que algunas empresas podrían utilizar un enfoque múltiple hacia la innovación que incluye el uso de un proveedor externo y un equipo interno especializado. Sin embargo, esperamos que las empresas con menos recursos dependan de proveedores externos para la innovación. Las compañías más grandes pueden desarrollar tecnología internamente, pero también podrían ocupar consultores externos para realizar un seguimiento de hacia dónde se dirige el mercado.

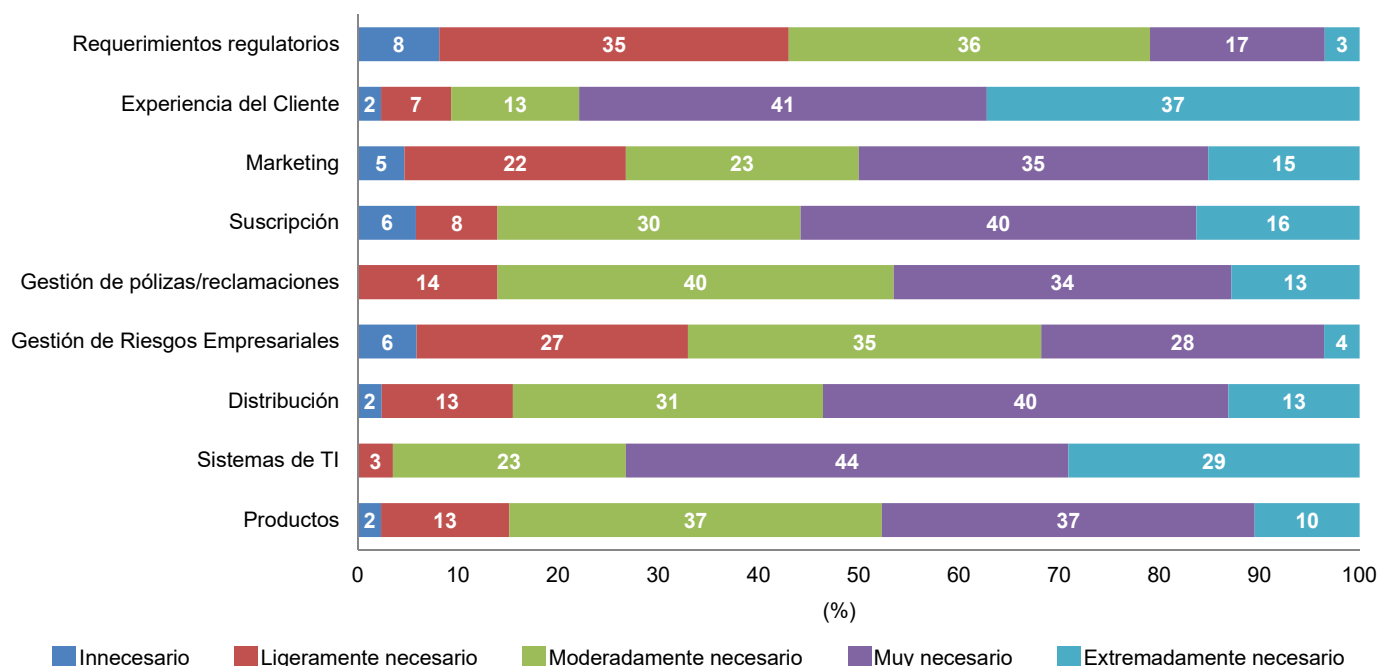
Los reaseguradores de vida, especialmente los cinco principales que dominan el mercado, están particularmente interesados en asociarse con suscriptores directos para mejorar las ofertas de productos y agilizar el proceso de suscripción, ya que consideran que este es el medio más eficaz para aumentar las tasas de cesión.

Áreas Cruciales para la Innovación

Las dos áreas más importantes donde las aseguradoras de vida y pensiones consideran que es muy necesario, o extremadamente necesario innovar, son la experiencia general del cliente (78%) y los sistemas de TI (73%) (**Anexo 11**). Mientras la competencia siga siendo intensa, el servicio al cliente y la retención también seguirán siendo las preocupaciones principales. Además, la actualización/transferencia de sistemas preexistentes sigue siendo una prioridad para muchos en el sector, con iniciativas que a menudo tardan años en completarse. Muchas empresas tienen la tarea de actualizar sistemas más antiguos y, al mismo tiempo, crear nuevas

Anexo 11

¿Qué Tan Necesaria Es La Innovación en las Sigüientes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

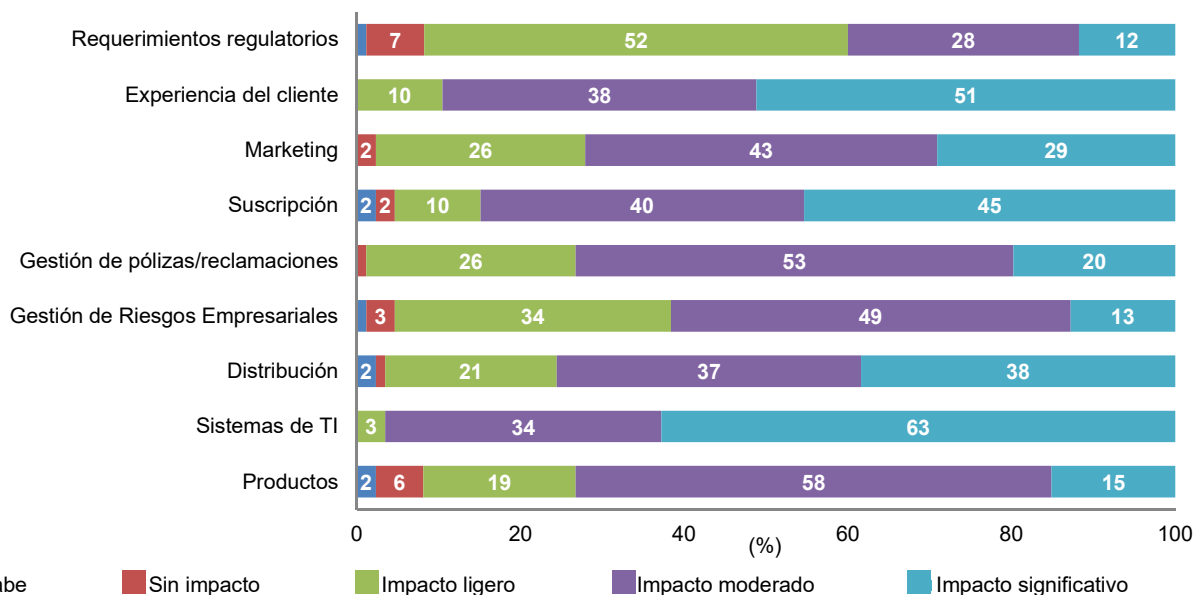
plataformas para nuevos negocios. Esto brinda oportunidades para empresas más pequeñas y, a veces, más nuevas, que no cuentan con sistemas preexistentes, que ingresan al mercado de seguros para tener un impacto inmediato al subcontratar modelos que dependen de tecnologías más nuevas. A.M. Best ha observado que algunas empresas que enfrentan desafíos continuos de sistemas preexistentes, han subcontratado sus funciones de administración de pólizas y servicio asociado de atención al cliente, lo que les permite centrar sus esfuerzos internos en otros elementos de mejoras tecnológicas e innovación.

Además, los encuestados identificaron estas dos categorías como las áreas en las que la innovación tendrá el impacto más significativo en los próximos tres años (**Anexo 12**). Todas estas áreas encuentran eficiencias que finalmente se traducirán en una mejor experiencia para el cliente. Los sistemas de TI preexistentes más antiguos deben actualizarse para extraer y analizar adecuadamente los datos, simplificar el proceso de suscripción y comunicarse y compartir información con otras áreas.

Está claro que el ritmo y la escala de la innovación se acelerarán, a medida que las empresas refinan sus estrategias para mejorar su posición competitiva y la experiencia del cliente, fortalecer la rentabilidad y seguir siendo relevantes en un mercado en constante cambio.

Anexo 12

¿En Qué Grado Espera Que La Innovación Afecte las Sigüientes Áreas en los Próximos Tres Años?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

Las Aseguradoras de Salud adoptan la Innovación para Atraer a los Consumidores y Proveedores, y Seguir Siendo Competitivos

Las aseguradoras están utilizando los avances de la innovación para agilizar los reclamos y el procesamiento de solicitudes, así como también para ayudar a controlar los costos.

Enfocarse continuamente en la innovación es primordial para mantenerse competitivo en un mercado que se encuentra en constante cambio. La industria de los seguros a menudo se considerada rezagada en la innovación. En agosto de 2018, A.M. Best encuestó al universo de las compañías que califica, para obtener una mejor lectura del estado de la innovación en la industria. Los hallazgos en este informe se basan en las respuestas que recibimos. La industria de seguros en general, reconoce que se ha subido al tren de la innovación bastante tarde, ya que prácticamente ningún encuestado cree que la industria ha adoptado e implementado la innovación “extremadamente bien”. Sin embargo, los hechos observados por los analistas de A.M. Best sugieren que se ha prestado más atención a la innovación en los últimos años, a medida que la tecnología y los métodos para realizar negocios han evolucionado.

En general, las compañías de seguros de salud están adoptando la innovación para involucrar de mejor manera, dentro de la cadena de valor, tanto al lado del proveedor como al del consumidor, al mismo tiempo que utilizan estos avances para seguir siendo competitivos. Sin embargo, la innovación no siempre significa adoptar nuevas tecnologías; en algunos casos, se trata de agregar valor y combinar el desarrollo de productos con la tecnología o los dispositivos existentes.

El Panorama de la Innovación

En general, aproximadamente dos tercios del sector de salud considera la innovación como extremadamente crítica (14%) o muy crítica (52%) para el éxito de sus organizaciones. Si bien las opiniones sobre la manera en la que el sector de salud ha adoptado e implementado la innovación varían, casi tres cuartos de los encuestados creen que la industria ha hecho el trabajo al menos “más o menos bien” (**Anexo 1**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado). En Estados Unidos, las aseguradoras de salud han enfrentado numerosos desafíos regulatorios desde la implementación de la Ley de Protección al Paciente y Cuidado de Salud a Bajo Precio (ACA, por sus siglas en inglés) en 2014, que ha requerido cantidades importantes de recursos. En el sector de salud, el uso de datos tiene un rol estratégico para optimizar la contratación de proveedores y fijar los precios, así como para ayudar a la administración a analizar y crear un mejor modelo predictivo de la demanda y a identificar individuos de alto riesgo. La tecnología y el análisis de datos pueden agregar una ventaja competitiva y permitir que una organización aumente la escala y el alcance de su negocio, con costos adicionales mínimos o reducidos. Además, las aplicaciones tecnológicamente avanzadas y dirigidas, pueden ayudar a las aseguradoras de salud a proporcionar información y resolver problemas más rápidamente, en comparación con los métodos de comunicación tradicionales.

Sin embargo, adoptar la innovación puede ser un desafío, ya que la comunidad médica y los proveedores tienden a ser más conservadores cuando se trata de aceptar el cambio,

Contacto de Analistas:

Jason Hopper, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5016
Jason.Hopper@ambest.com

Sally Rosen, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5280
Sally.Rosen@ambest.com

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

Contribución:

Doniella Pliss
Bridget Maehr
Joseph Zazzera
Steven DeLosa

2018-128.4

¿Qué Es Innovación?

A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten a la organización mantenerse relevante y exitosa. Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, pueden ser desarrollados o adoptados orgánicamente desde fuentes externas.

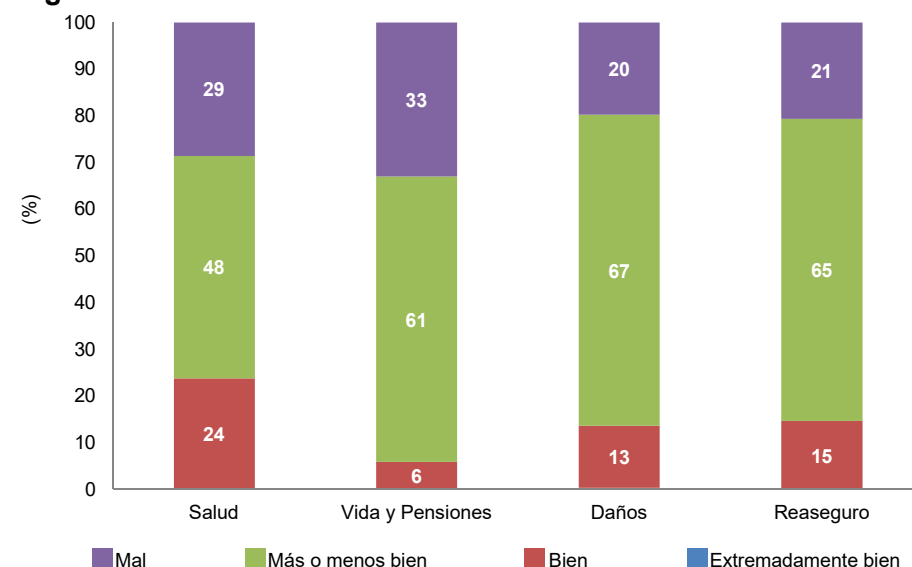
particularmente, en lo que respecta a los modelos de reembolso y a dejar atrás la tarifa tradicional por el servicio. Los proveedores en áreas más rurales y aquellos con prácticas más pequeñas, tienden a ser particularmente reacios a adoptar nuevas tecnologías, impulsados en gran medida por la falta de personal o los costos asociados.

Además, los regímenes regulatorios a menudo tienen reglas estrictas sobre la privacidad de la información médica, lo que puede hacer que compartir datos y permitir el acceso a los registros se vuelva problemático. Sin embargo, A.M. Best reconoce que los operadores y proveedores están compartiendo más datos a través de registros médicos electrónicos, y forman relaciones de pago basadas en datos médicos y resultados de salud, dentro de los límites de la ley.

El 35% de los encuestados cree que obtener una ventaja competitiva es la razón principal por la

Anexo 1

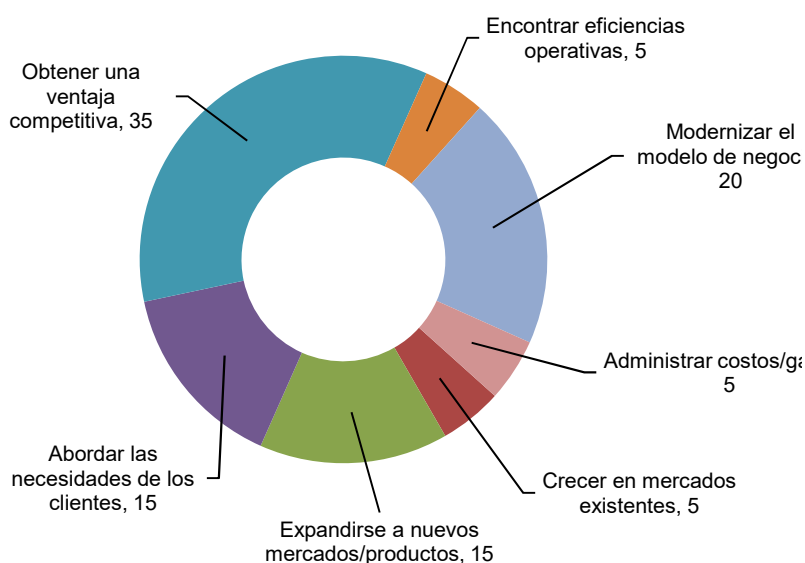
¿Qué Tan Bien Ha Adoptado e Implementado la Industria de Seguros la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 2

¿Cuál Es la Razón Principal por la que la Innovación es Importante para Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

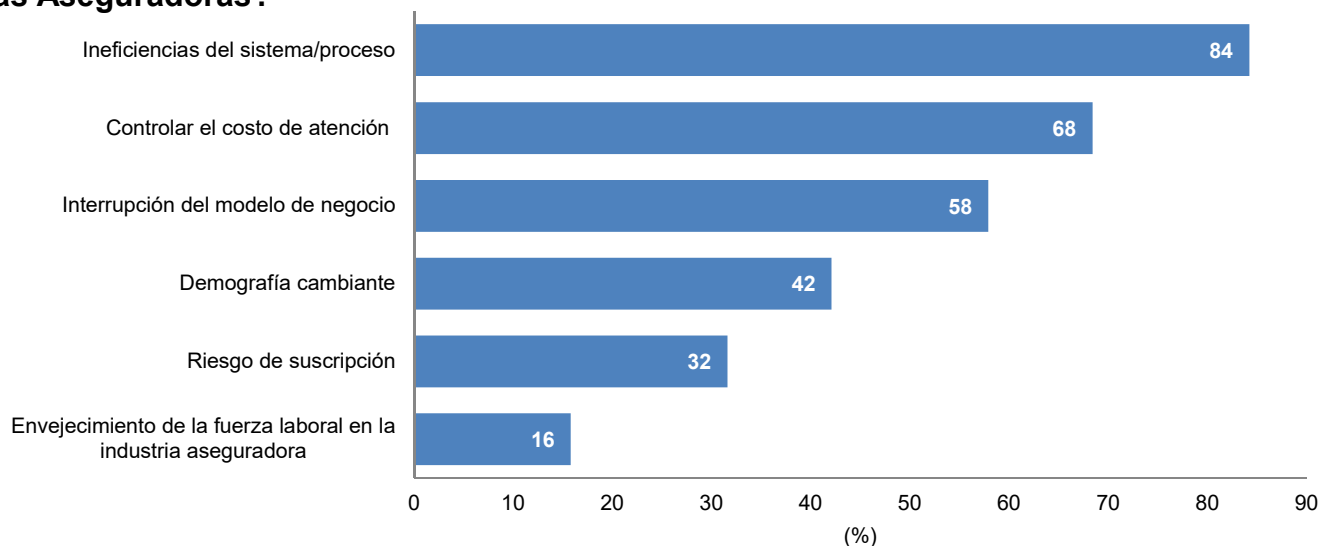
cual la innovación es importante, mientras que el 20% cree que renovar el modelo de negocio es la razón principal (**Anexo 2**). Estas respuestas reflejan las preocupaciones específicas del sector de salud, ya que las aseguradoras de salud están siendo exprimidas. Las compañías líderes en el mercado en los Estados Unidos, como muchas de las compañías nacionales (así como las más grandes), tienen un historial de innovación, ya que son propietarios y/o socios de grandes proveedores y operaciones tecnológicas. Por ejemplo, UnitedHealth Group tiene su propio proveedor y división de tecnología a través de su operación Optum.

Los participantes más nuevos, como Oscar Health (Oscar), utilizan un modelo innovador diseñado para atraer a los consumidores más jóvenes, al no tener un modelo de negocio preexistente como la mayoría de sus competidores. Los socios de Oscar pueden hacer una cita para hablar con un médico sin costo a través de la aplicación, y tener acceso a un equipo dedicado que incluye una enfermera, lo que permite al asegurado hablar con las mismas personas. Oscar comenzó a ofrecer cobertura en Nueva York en 2014; ahora (en 2018) ofrece cobertura en Nueva York y Nueva Jersey, así como áreas seleccionadas en cuatro estados adicionales; se expandirá a seis nuevos mercados en tres estados nuevos en 2019, ejemplificando porqué el 15% de los encuestados cree que expandirse a nuevos mercados/ productos y atender las necesidades de los clientes son razones por las que la innovación es importante en estas áreas.

Si bien la innovación puede ayudar a superar una serie de desafíos, las aseguradoras de salud creen que los tres problemas principales del sector son las ineficiencias del sistema/proceso (84%), controlar el costo de atención (68%) y la interrupción del modelo de negocio (58%). (**Anexo 3**). En general, ha habido ineficiencias en los procesos del sistema y los proveedores de servicios de salud están buscando maneras de procesar más con menos. Algunas aseguradoras están utilizando nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, en las áreas de procesamiento de reclamaciones y solicitudes. Controlar el costo de atención es fundamental para las aseguradoras de salud, ya que un gran porcentaje de las reclamaciones proviene de un pequeño número de individuos de alto riesgo, muchos de los cuales tienen afecciones crónicas. Impulsar a los clientes a inscribirse en un programa de gestión de la atención u otras iniciativas

Anexo 3

¿Cuáles Son los Desafíos Más Importantes que la Innovación Puede Ayudar a Superar a Las Aseguradoras?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

de bienestar, puede ayudar a una aseguradora de salud a reducir sus costos, al tiempo que la salud de las personas mejora. Controlar el creciente costo de atención médica es algo que muchos consideran como un componente faltante de la ley ACA.

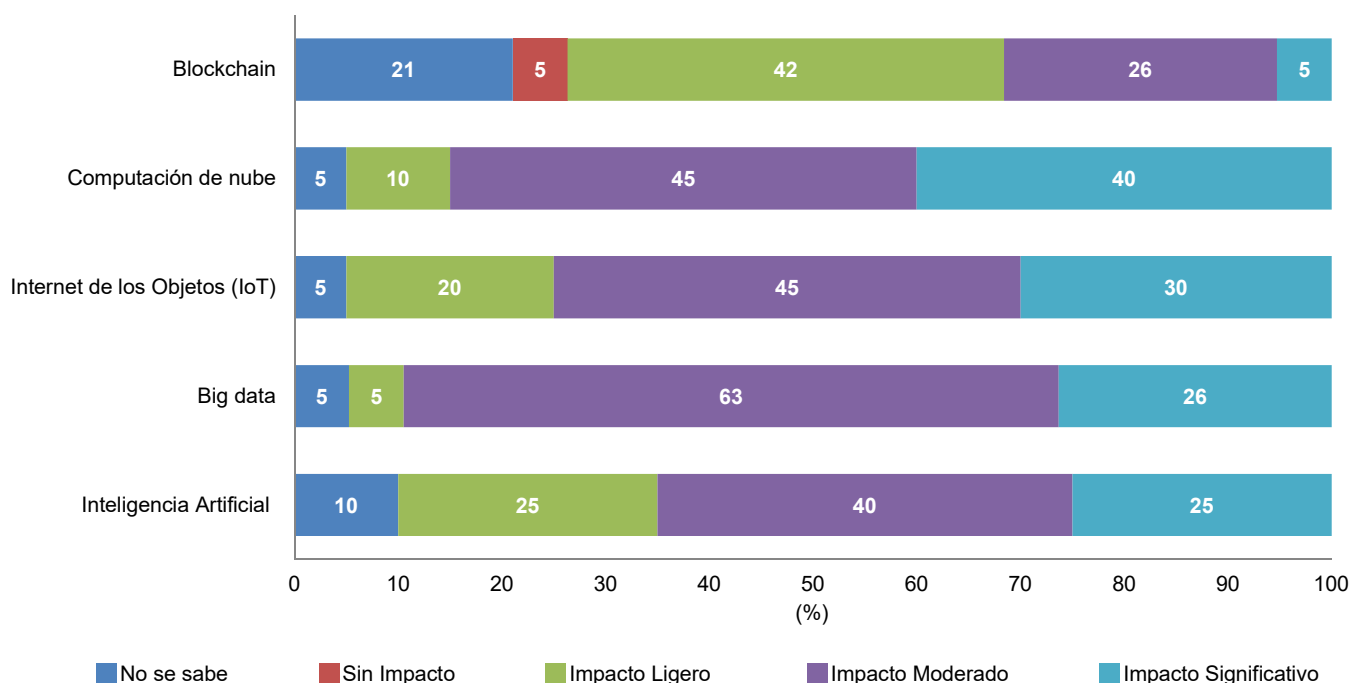
Los nuevos participantes en el mercado de seguros de salud, están utilizando un modelo más innovador, que se apoya en la tecnología para atraer a los consumidores más jóvenes, quienes tienden a ser más saludables, y muchos de ellos no han sido asegurados, al no haber sentido aún la necesidad de adquirir cobertura. Además, dado que un número creciente de personas empleadas en la economía gig tiene un acceso muy limitado o nulo a los beneficios grupales, a las aseguradoras de salud les resulta difícil crear propuestas de valor atractivas para esta población.

La computación de nube (40%) y el IoT (30%) probablemente sean las dos tecnologías más importantes que utilicen las aseguradoras de salud para facilitar el cambio innovador y mejorar sus operaciones, con big data (26%) como un tercero cercano (**Anexo 4**). Más de la mitad de los encuestados están invirtiendo o planean invertir en estas tecnologías, con IoT en el cuarto lugar, con un 30% (**Anexo 5**).

La computación de nube permite a las empresas procesar y almacenar datos sin el espacio físico necesario para el hardware. También permite compartir datos más fácilmente entre aseguradoras, individuos y proveedores de atención médica. El big data ayuda a las compañías de salud a identificar a los individuos de alto riesgo e implementar las herramientas necesarias para ayudarles a controlar sus afecciones crónicas y el costo de atención médica. También permite a las aseguradoras analizar el resultado, esto da oportunidad a la industria de la salud en general, de proveer y brindar la atención adecuada en un entorno apropiado, a un costo potencialmente menor. El IoT ayuda a los asegurados a participar de forma más activa,

Anexo 4

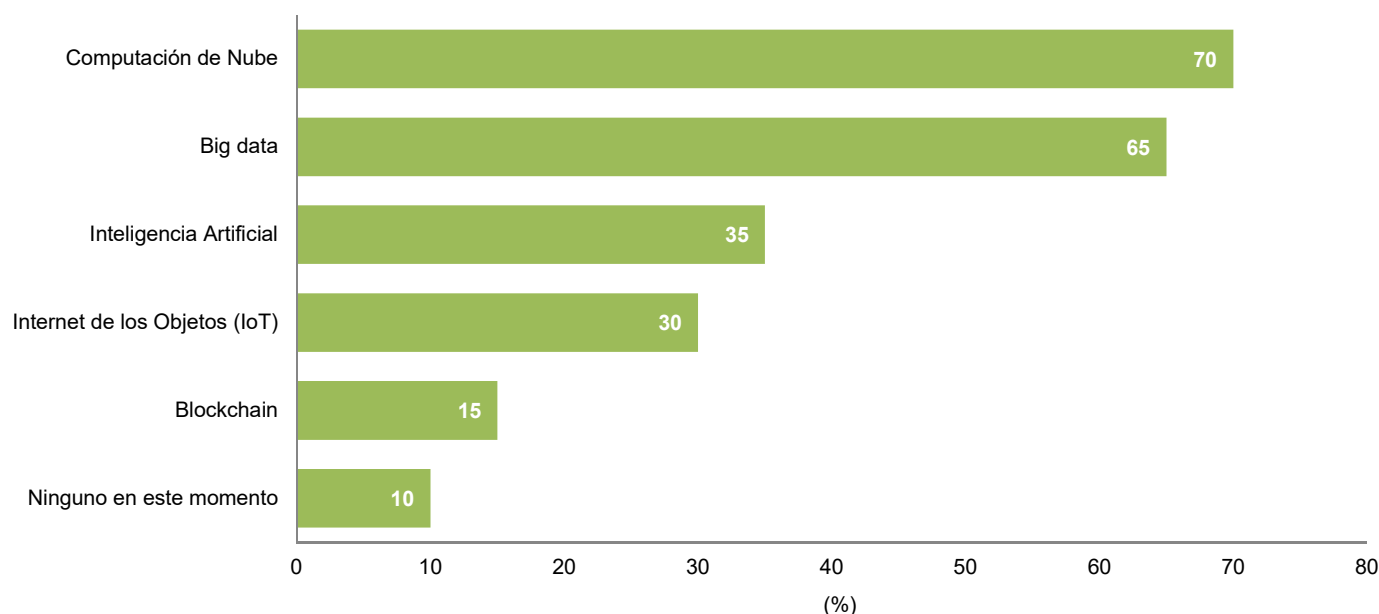
¿Qué Clase de Impacto Tendrán Estas Tecnologías?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 5

¿Su Compañía Ha Invertido , o Está Planeando Invertir, en Alguno de los Siguientes?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

para controlar sus afecciones médicas y mostrarles otras formas de mejorar su salud (por ejemplo, utilizando Fitbits para caminar, relojes inteligentes para monitores de corazón o cepillos de dientes inteligentes para la salud bucal, por ejemplo). Estos artículos permiten a los aseguradores y proveedores de salud ser proactivos en la prestación y gestión de la atención, al tiempo que aumenta la conciencia de sus clientes sobre el estado de su salud.

El Proceso de la Innovación

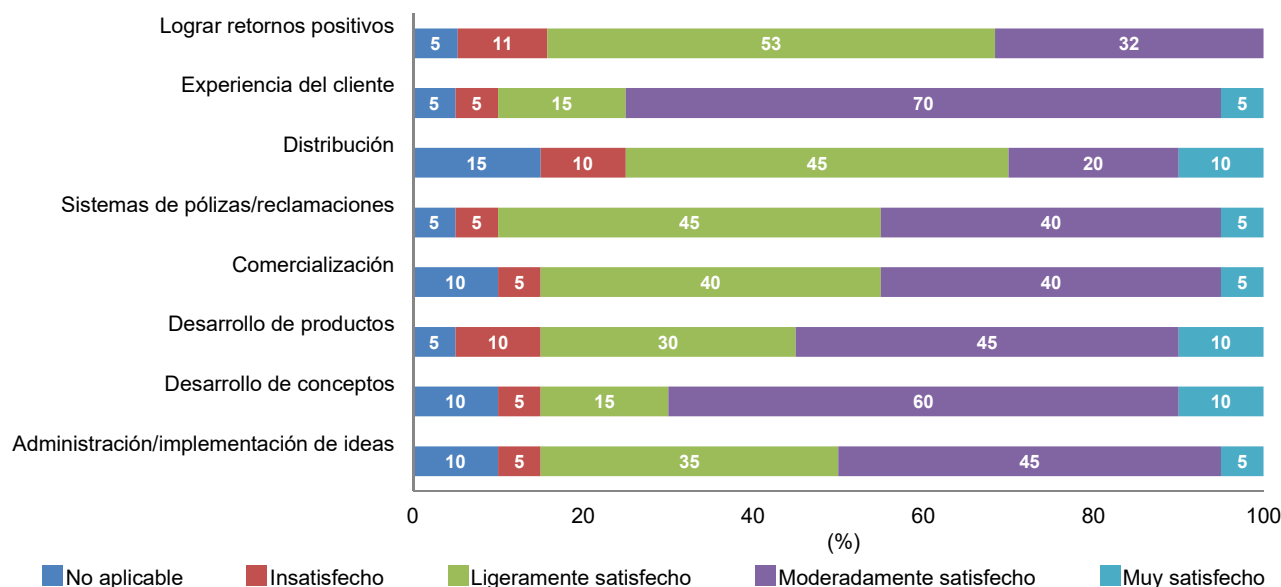
La gran mayoría de las aseguradoras de salud encuestadas han comenzado a trabajar en iniciativas de innovación, aunque aproximadamente una cuarta parte se encuentra en las primeras etapas de desarrollo. El 75% ha lanzado iniciativas con éxito, mientras que el 35% ha tenido un lanzamiento exitoso, que tuvo un impacto medible. Además, más de la mitad indicó que han introducido productos, procesos o servicios nuevos o mejorados significativamente, en los últimos tres años, y que esperan que estas innovaciones tengan un impacto medible en el tiempo.

Los ejemplos de innovación en el sector de salud incluyen un producto desarrollado por una aseguradora dental, a través del cual las personas pueden encontrar un dentista, reservar y pagar por adelantado, una cita a través de una aplicación web. Esto podría proporcionar comodidad para el consumidor y el dentista, así como acceso al servicio para aquellas personas que no tienen cobertura dental pagada por su empleador. Otro ejemplo es Blue Cross Blue Shield de Michigan, que ha trabajado con Amazon para brindarles a los residentes de Michigan información sobre bienestar, recetas saludables e información general sobre seguros de salud, así como sesiones de meditación con un dispositivo habilitado para Alexa.

La visión que tienen las aseguradoras de salud sobre la innovación en la industria de seguros en general, refleja la satisfacción de cada compañía con sus propios esfuerzos de innovación en diferentes áreas. Las áreas de innovación en las que el mayor porcentaje de encuestados estaban “muy satisfechos” fueron distribución, desarrollo de la producción y desarrollo de conceptos, cada uno con un 10% (**Anexo 6**). Las expectativas más bajas se tienen con

Anexo 6

¿Cuáles Es el Nivel de Satisfacción de Su Empresa con Sus Esfuerzos de Innovación Relación con las Sigüientes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

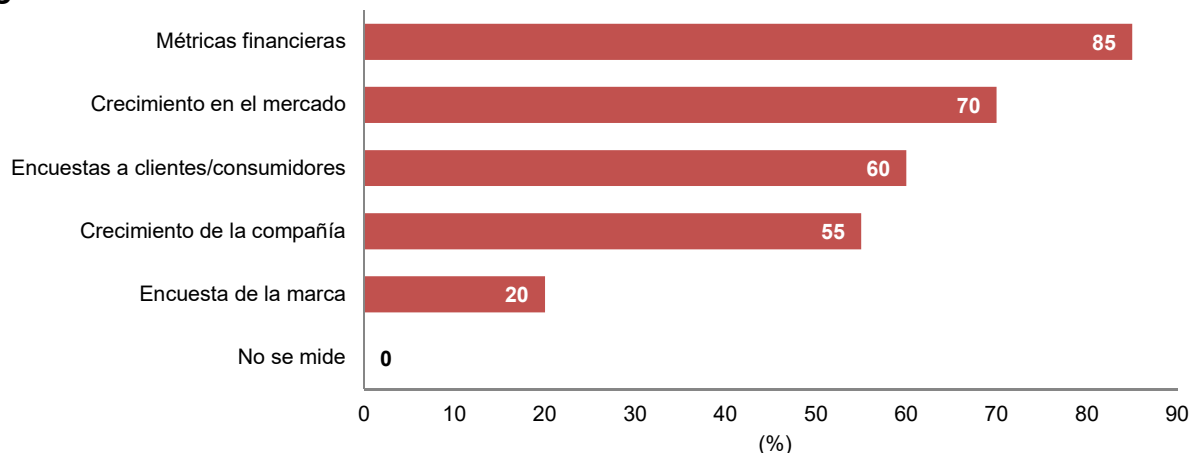
respecto a lograr rendimientos positivos en las inversiones en innovación, ya que el 11% de los encuestados no está satisfecho, al igual que con la distribución y el desarrollo de productos, con un 10% cada uno. Lograr rendimientos positivos en las inversiones en innovación es importante, especialmente porque la innovación a menudo tiene un precio elevado. Además, más de la mitad de las cuentas de grupo de empleadores comerciales son autofinanciadas, lo que dificulta la distribución del costo de las nuevas tecnologías en este sector. Sin embargo, las compañías de seguros pueden ofrecer innovación como un servicio complementario para sus clientes autofinanciados y, por lo tanto, aliviar los gastos relacionados con la innovación.

A menudo, también es difícil para las aseguradoras de salud medir el retorno de la inversión (ROI, por sus siglas en inglés) de las tecnologías utilizadas para reducir los costos de atención médica. A pesar de estas dificultades, las métricas financieras siguen siendo las “medidas de éxito” más utilizadas (85%), seguidas del crecimiento de la empresa (70%), mientras que las encuestas de clientes/consumidores (60%) se utilizan para evaluar las percepciones externas (**Anexo 7**). Algunas aseguradoras incluyen garantías de ROI al contratar nuevas tecnologías y servicios, con sanciones económicas si no se logran sus objetivos.

El significativo porcentaje de aseguradoras que utilizan encuestas de clientes para medir el éxito, es un reflejo de la transición en el mercado estadounidense en los últimos años, de un enfoque en el empleador a uno en el consumidor individual (a medida que más personas adquieren cobertura en el mercado de ACA), así como un cambio importante de “empresa a empresa” a “empresa a consumidor”. Además, a medida que la población envejece, las aseguradoras procuran retener a los clientes a medida que éstos atraviesan sus ciclos de vida, al jubilarse y posiblemente perder la cobertura de grupo, cambiándose a Medicare. Las herramientas de participación y bienestar de los asegurados son áreas en las que las aseguradoras de salud han tenido éxito.

Anexo 7

¿Cómo Mide el Éxito de Sus Iniciativas de Innovación?



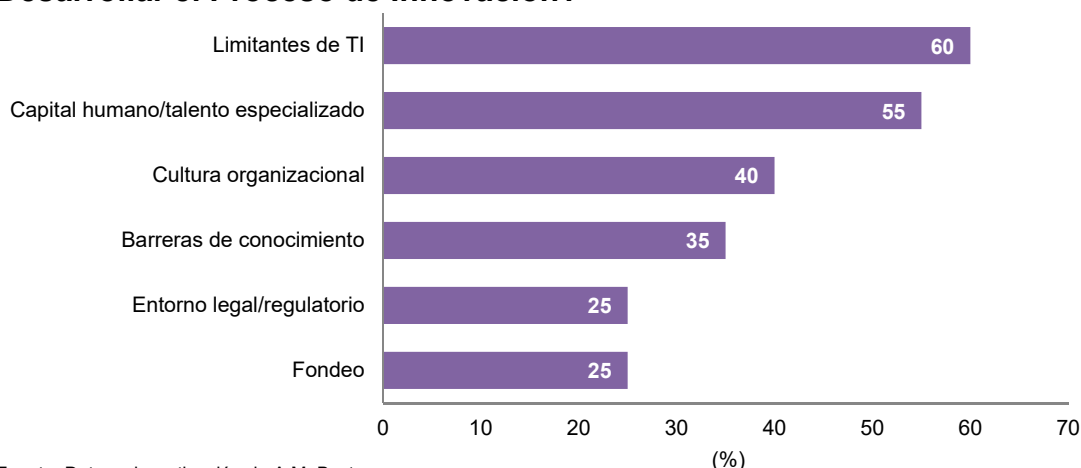
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Los intentos de los planes de salud de aumentar el porcentaje de ventas en línea de productos de seguro de salud no han tenido el éxito que muchas aseguradoras estadounidenses esperaban, particularmente en relación con los intercambios privados, debido a la complejidad del producto y las dificultades de comunicación, con, o sin interacción humana limitada. Incluso los productos individuales de intercambio de ACA han utilizado navegadores para ayudar a las personas a adquirir productos.

Existen desafíos para desarrollar un proceso y una estrategia de innovación. Proporciones significativas de los encuestados citan las limitantes de TI (60%), la falta de capital humano/talento especializado (55%) y su propia cultura organizacional (40%), como los tres obstáculos más grandes para desarrollar su proceso de innovación (**Anexo 8**). Sin embargo, las aseguradoras están divididas sobre qué estrategias usar para desarrollar iniciativas de innovación para enfrentar estos desafíos. El cuarenta por ciento dijo que preferiría desarrollar iniciativas internas, mientras que otro 40% se inclinó por asociarse con una organización, el doble de los que prefirieron comprar de una fuente externa (20%). Si bien el 35% de las empresas no tiene asociaciones innovadoras con compañías o entidades de insurtech, ajenas al sector tradicional de seguros, el 45% posee, o ha invertido en un fondo de capital de riesgo, el 35% ha realizado inversiones estratégicas en nuevas empresas y el 20% se ha asociado con organizaciones dedicadas a la investigación. Muchas compañías de seguros de salud han formado sociedades o han invertido (no como propietarios mayoritarios) en empresas relacionadas con tecnologías para el cuidado y la mejora de la salud, con la aseguradora como cliente. También es de destacar que el 15% de los encuestados afirmó que actualmente no participan en ninguna asociación, pero planean hacerlo en el próximo año.

Varias empresas están haciendo inversiones estratégicas a través de fondos de riesgo. Treinta y tres compañías de Blue Cross Blue Shield son parte de BlueCross BlueShield Venture Partners, que está patrocinada por la Asociación Blue Cross Blue Shield. Los inversionistas de Blue Cross Blue Shield han entregado más de 575 millones de dólares, y están invirtiendo en compañías emergentes que son de relevancia estratégica para sus planes, que también brindan acceso a la cartera de la asociación para implementar la innovación a gran escala. Además, en noviembre de 2017, el negocio Optum del Grupo UnitedHealth, anunció la creación de Optum Ventures, un fondo de 250 millones de dólares centrado en invertir en empresas en etapas iniciales cuyas innovaciones ayudarán a mejorar el sistema de salud, y en septiembre de 2018, Cigna Corp. anunció el lanzamiento de

Anexo 8

¿Cuáles Son Los Mayores Desafíos para Desarrollar el Proceso de Innovación?

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Cigna Ventures, un fondo de 250 millones de dólares que invierte en empresas emergentes y en desarrollo, centradas en la atención médica innovadora y transformadora.

Las aseguradoras también están estableciendo oficinas en las próximas “ciudades tecnológicas”, para atraer a jóvenes talentos para el desarrollo interno de nuevas tecnologías. Otras formas de asociaciones/inversiones incluyen operaciones de proveedores como instalaciones ambulatorias, que pueden incluir centros quirúrgicos, instalaciones de bienestar, laboratorios, imagen médica 8radiografías, tomografías, etc.) y administradores de beneficios de farmacia (PBM, por sus siglas en inglés). Estas asociaciones son cada vez más complejas, con riesgos compartidos y métricas de calidad. Algunos planes de salud se han asociado con organizaciones de investigación para ayudar en el manejo de condiciones médicas complejas.

Estrategia e Implementación de la Innovación

Las aseguradoras de salud identifican las oportunidades de innovación de seis fuentes de manera relativamente equitativa, con un enfoque mayor en lo que hacen los competidores y el resto de la industria y los comentarios de los empleados:

- Empleados (90%)
- Industria/competidores (90%)
- Clientes (85%)
- Equipo de ventas (75%).
- Dirección/consejo de administración (75%)
- Consultores/vendedores externos (75%)

Quizás destacando la creciente importancia de la innovación, el 55% de los encuestados de salud ven sus estrategias de innovación actuales como un componente clave para sus objetivos estratégicos generales; otro 30% está desarrollando estrategias de innovación que se alinearán con sus objetivos estratégicos generales, lo que demuestra que la mayoría de las empresas comprenden la importancia de dicha alineación. En contraste, el 5% de las empresas no tienen una estrategia de innovación, ni planean crear una, mientras que el 10% ha desarrollado una estrategia que no se alinea explícitamente con sus objetivos estratégicos generales.

La junta directiva, en el 45% de las compañías encuestadas, discute la innovación cada vez que se

reúne, mientras que el 30% dice que discute la innovación una vez al año. El compromiso con el proceso de innovación en toda la organización es esencial. Si bien los equipos de administración corporativa y los miembros de la junta directiva deben demostrar liderazgo y su aceptación en la alta dirección de la organización, los innovadores exitosos tienen un proceso bien definido, claramente comunicado y comprendido para obtener ideas innovadoras que permeen en toda la organización. Más encuestados están de acuerdo (40%) que en desacuerdo (35%) en que el proceso de su empresa para obtener ideas de innovación está bien definido, claramente comunicado y comprendido en toda la organización.

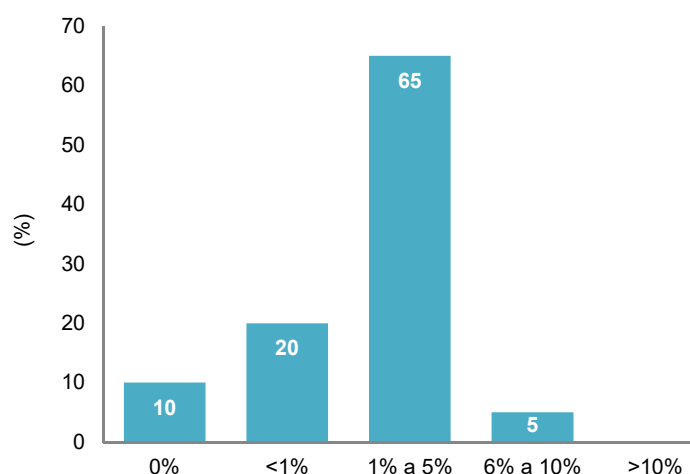
Al igual que con cualquier esfuerzo, desarrollar e implementar un proyecto de esta importancia requiere de planificación, preparación y ejecución adecuadas. Sin embargo, la asignación de una parte del presupuesto anual para invertir en mejoras innovadoras no parece ser una preocupación importante para el sector, ya que solo una cuarta parte de los encuestados de salud afirmaron que el financiamiento para desarrollar un proceso innovador fue un desafío.

Casi dos tercios del sector de salud asigna entre el 1% y el 5% de sus presupuestos anuales a la innovación, mientras que otro 5% asigna entre el 6% y el 10% (**Anexo 9**).

Más de la mitad de los encuestados de salud tienen equipos de personal multifuncional que se centran en la innovación, mientras que el 15% tiene equipos dedicados a la innovación y el 20% no tiene ninguno. Solo el 10% de los encuestados tiene un director de innovación; el 20% externaliza la función (**Anexo 10**). Algunas aseguradoras han establecido un fondo de innovación que asigna fondos a los empleados con ideas innovadoras para el desarrollo. Muchas aseguradoras tienen fondos dedicados para la innovación, nuevas tecnologías e

Anexo 9

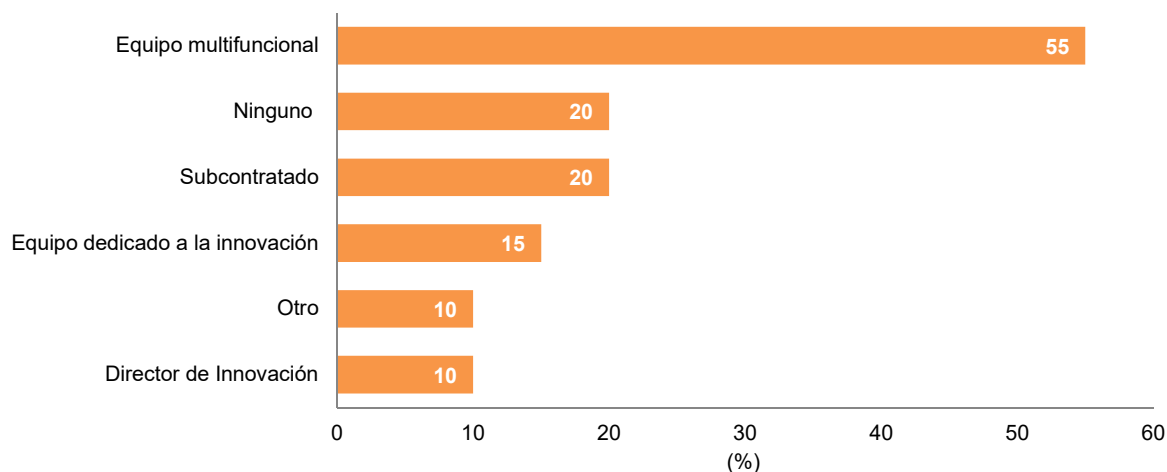
¿Qué Porcentaje de Su Presupuesto Total Anual Es Destinado a la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 10

¿Su Compañía Tiene Personal Enfocado en la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

inversiones de insurtech, y cuentan con equipos senior de administración multifuncional que evalúan las nuevas ideas a medida que se presentan.

Algunas compañías utilizan un enfoque múltiple hacia la innovación, que incluye el uso tanto de expertos externos como de un equipo interno dedicado a esto. Suponemos que las empresas con menos recursos dependen de expertos externos para la innovación. Las compañías más grandes pueden desarrollar tecnología internamente, pero también pueden usar consultores externos para realizar un seguimiento de hacia dónde se dirige el mercado.

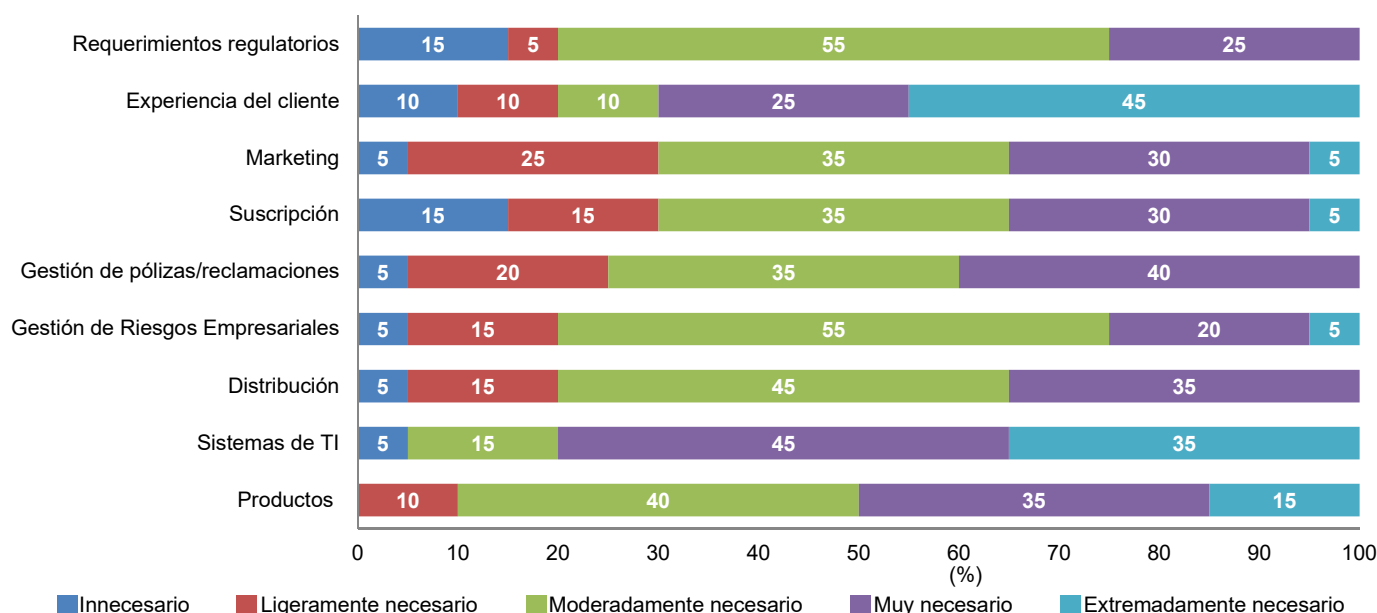
Áreas Cruciales para la Innovación

Las dos áreas más importantes que los aseguradores consideran que es muy necesario o extremadamente necesario innovar son los sistemas de TI (80%) y la experiencia general del cliente (70%) (**Anexo 11**). Estas dos áreas son aquellas en las que los encuestados creen que la innovación tendrá al menos un impacto moderado, si no significativo (**Anexo 12**). En el mercado de los Estados Unidos, las compañías de seguros de salud tienen cuatro clientes diferentes: proveedores, individuos, grupos de empleadores y gobierno (tanto estatal como federal). Aunque los intereses de todas las partes pueden alinearse, las expectativas pueden diferir, lo que dificulta el proceso de innovación. Convencer a los clientes para que se adapten a las nuevas tecnologías/entorno puede ser un desafío. Además, las leyes de privacidad relacionadas con el intercambio de datos pueden ser un obstáculo para el desarrollo de nuevas tecnologías. Las empresas han tenido éxito en este esfuerzo, pero las leyes de privacidad sí crean limitaciones con respecto a cómo y con quién compartir los datos, y la necesidad de garantizar la conectividad segura de los mismo, lo que puede agregar una capa de complicaciones.

Las compañías de seguros de salud continuarán usando el big data y la inteligencia artificial en el análisis, para ayudar a mejorar el modelado predictivo para individuos de alto riesgo, así como para funciones de administración de pólizas. Es probable que continúe el impulso de los

Anexo 11

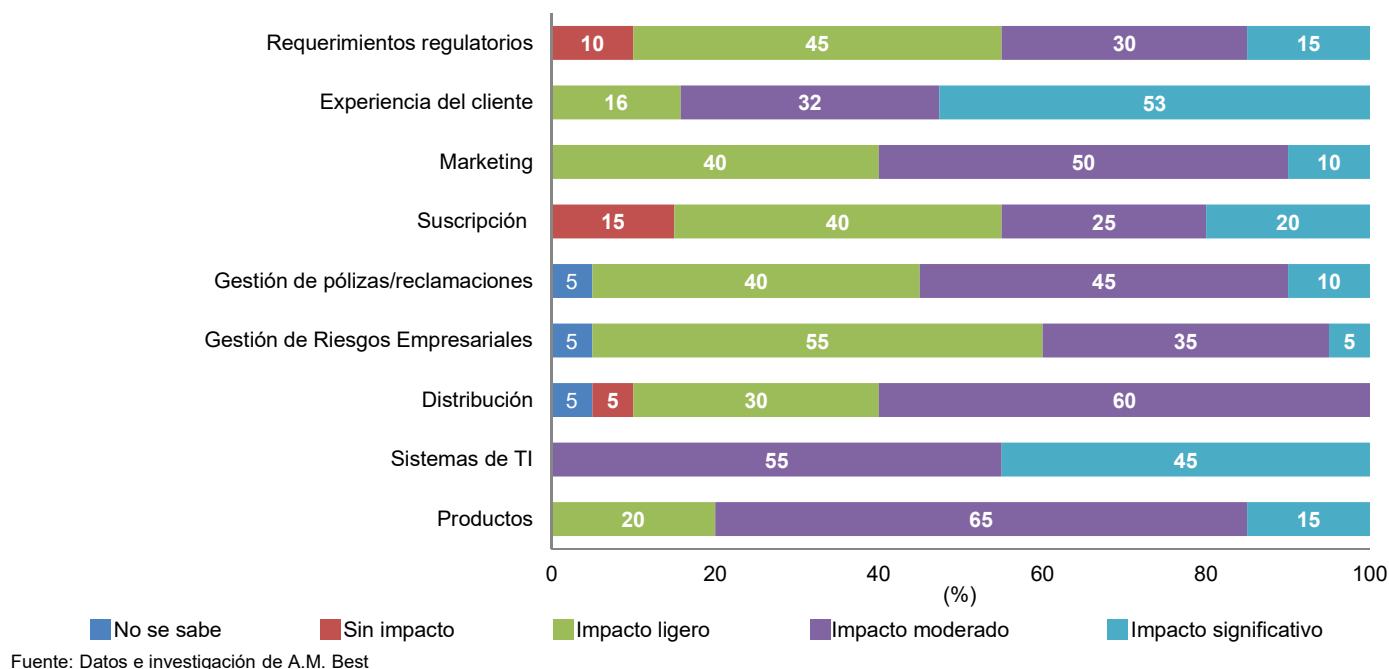
¿Qué Tan Necesaria Es La Innovación en las Sigüientes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 12

¿En Qué Grado Espera Que la Innovación Afecte las Sigüientes Áreas en los Próximos Tres Años?



consumidores más saludables/jóvenes para obtener más valor y comodidad. Más aseguradoras han comenzado a cubrir y usar la telemedicina (prestación de servicios médicos a distancia). En el futuro, los avances médicos podrán permitir el monitoreo remoto de condiciones/procedimientos más complicados. A medida que las personas más jóvenes envejecen y se involucran más en su propio cuidado, es probable que demanden contratos más convenientes a planes de salud y proveedores, una tendencia que ya hemos visto, en el aumento de la atención de urgencias y las clínicas sin previa cita, donde ésta no es necesaria y la atención suele ser integral, más a menudo que en un consultorio médico de atención primaria.

La integración vertical, que facilitará la compra en un solo lugar, también se está convirtiendo en un componente cada más importante del seguro de salud. Las operaciones de Optum, del Grupo UnitedHealth se centran en la atención y la prestación de servicios, que incluye la administración de beneficios de farmacia (PBM), clínicas de atención de urgencias, centros quirúrgicos y proveedores. Algunas aseguradoras que no cotizan en bolsa poseen componentes del sistema de entrega, como proveedores, atención de urgencia/consultas en clínicas y hospitales. Anthem Inc., por ejemplo, está en el proceso de desarrollar su propio PBM. Además, están pendientes dos transacciones a gran escala, ambas implican integración vertical. Aetna Inc. se encuentra en medio de una fusión con CVS Health, que es propietaria de farmacias, PBM y “MinuteClinics” (clínicas ambulatorias) que brindan atención sin cita previa. Cigna Corp. está en el proceso de adquirir Express Scripts Holding Company, un PBM. Todos estos avances deberían ayudar a las aseguradoras de salud a seguir siendo competitivas al tiempo que involucran a los consumidores y proveedores.

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

Es posible que el Insurtech no tenga un impacto tan inmediato en las reaseguradoras, pero puede ayudar a fortalecer las relaciones a largo plazo con sus clientes.

Las Reaseguradoras Prefieren Colaborar Cuando Se Trata de Innovación

Enfocarse continuamente en la innovación es primordial para mantenerse competitivo en un mercado que se encuentra en constante cambio. La industria de los seguros a menudo se considerada rezagada en la innovación. En agosto de 2018, A.M. Best encuestó al universo de las compañías que califica, para obtener una mejor lectura del estado de la innovación en la industria. Los hallazgos en este informe se basan en las respuestas que recibimos. La industria de seguros en general, reconoce que se ha subido al tren de la innovación bastante tarde, ya que prácticamente ningún encuestado cree que la industria ha adoptado e implementado la innovación “extremadamente bien”. Sin embargo, los hechos observados por los analistas de A.M. Best sugieren que se ha prestado más atención a la innovación en los últimos años, a medida que la tecnología y los métodos para realizar negocios han evolucionado.

Las reaseguradoras se han centrado en desarrollar nuevos productos y servicios en diversas áreas (como inundaciones, ciberespacio, hipotecas) y en mantenerse al día con la innovación en el mercado de seguros primarios. Al formar asociaciones con instituciones académicas, entidades gubernamentales, nuevas empresas, fabricantes y organizaciones sin fines de lucro, los reaseguradores obtienen nuevas oportunidades de crecimiento. Los proveedores de reaseguros y Valores Vinculados a Seguros (ILS, por sus siglas en inglés) también están desarrollando propuestas de valor, más integrales y consultivas, como servicios de asesoría financiera y gestión de riesgo empresarial, creando oportunidades para aprovechar plataformas avanzadas y soluciones innovadoras y personalizadas. Al centrarse en la innovación, los productos y servicios recientemente desarrollados están a la vanguardia del cambio, y moldean, potencialmente, el futuro de la industria del reaseguro.

La innovación puede no tener un impacto directo o inmediato en el reaseguro, pero los reaseguradores han estado, y siguen estando, activamente involucrados, ya que afecta directamente a sus clientes. La asociación con insurtechs puede tener efectos positivos, como la reducción de costos, pero un enfoque más arraigado podría llevar a un ataque al modelo de seguro tradicional, especialmente para riesgos homogéneos.

Contacto de Analistas:

Jason Hopper, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5016
Jason.Hopper@ambest.com

Victoria Ohorodnyk, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5326
Victoria.Ohorodnyk@ambest.com

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

Contribución:

Robert DeRose
Steven DeLosa

2018-128.5

El Panorama de la Innovación

Casi la mitad de las compañías de reaseguros consideran que la innovación es extremadamente crítica (8%), o muy crítica (41%) para el éxito de sus organizaciones. De la industria en general, las compañías de reaseguros tienen una visión más favorable con respecto a qué tan bien la industria ha adoptado e implementado la innovación (**Anexo 1**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado).

El veinticuatro por ciento de los encuestados cree que obtener una ventaja competitiva es la razón principal por la cual la innovación es importante, mientras que el 21% indicó que expandirse a nuevos mercados/productos y mejorar la selección de riesgos son las razones principales por las que la innovación es importante (**Anexo 2**). Estos resultados no son sorprendentes, y reflejan las condiciones actuales del mercado. A mediados de 2018, el mercado de reaseguros seguía experimentando presión sobre la fijación de precios, luego de que la expectativa de que la tasa se endureciera después de las pérdidas por catástrofes naturales (de más de 100 mil millones de

¿Qué Es Innovación?

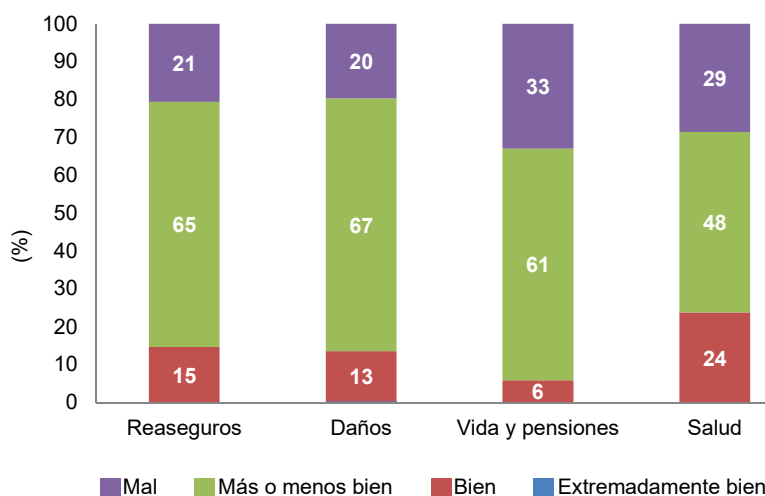
A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten a la organización mantenerse relevante y exitosa. Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, pueden ser desarrollados o adoptados orgánicamente desde fuentes externas.

dólares) en el tercer trimestre de 2017, no se cumpliera. Algunas líneas de negocios afectadas por pérdidas vieron un aumento significativo en la tasa de renovaciones del 1 de enero y del 1 de junio en 2018, pero la mayoría de los precios de los reaseguros tuvieron poco o ningún aumento, y el sentimiento prevaleciente es que las tasas no irán mucho mejor en 2019. Porque competir solo por el precio parece ser cosa del pasado lejano, los reaseguradores se ven obligados a pensar “afuera de la caja”, para crecer dentro del mercado y mantenerse competitivos, mientras mantienen su rentabilidad.

Los reaseguradores creen, de manera abrumadora, que los tres principales desafíos del sector son las ineficiencias del sistema/proceso (94%), la interrupción del modelo de negocio (76%) y el riesgo de suscripción (70%) (**Anexo 3**). La transferencia de sistemas preexistentes a plataformas más nuevas y eficientes, es una de las principales prioridades para muchos en la industria, ya que la migración de servidores centralizados a la computación de nube es cada vez mayor. Con la evolución de la tecnología y su impacto en los canales de distribución, los reaseguradores pueden encontrarse compitiendo con compañías externas

Anexo 1

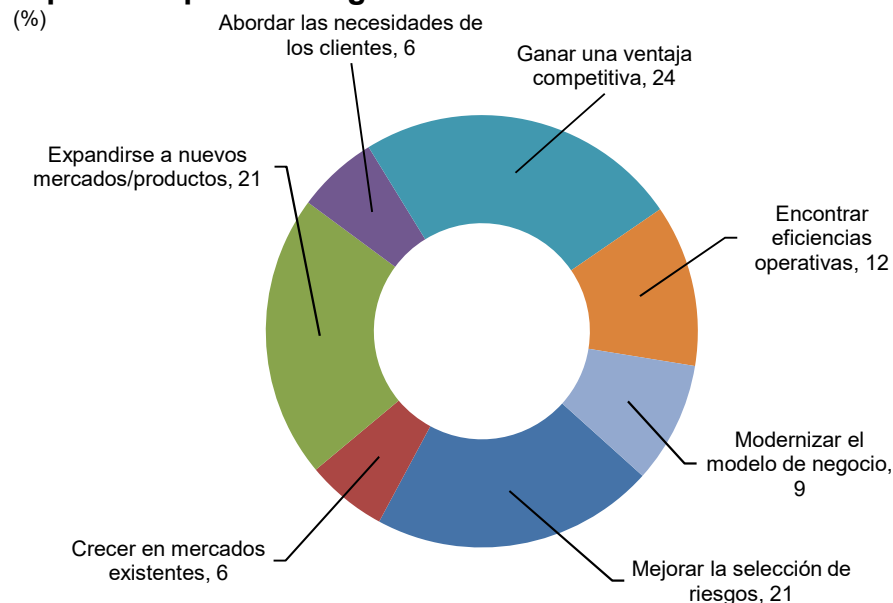
¿Qué Tan Bien Ha Adoptado e Implementado la Industria de Seguros la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 2

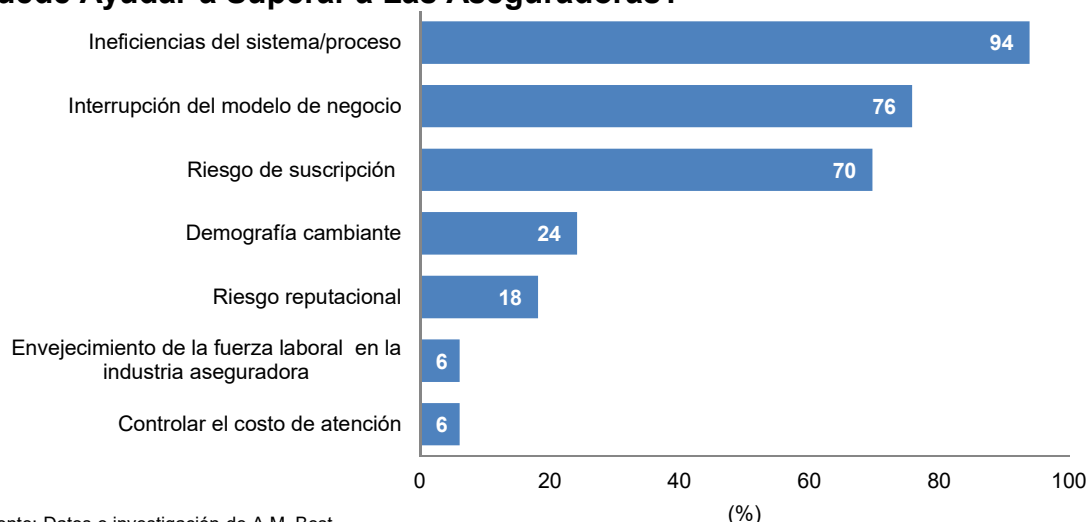
¿Cuál Es la Razón Principal por la que la Innovación es Importante para Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

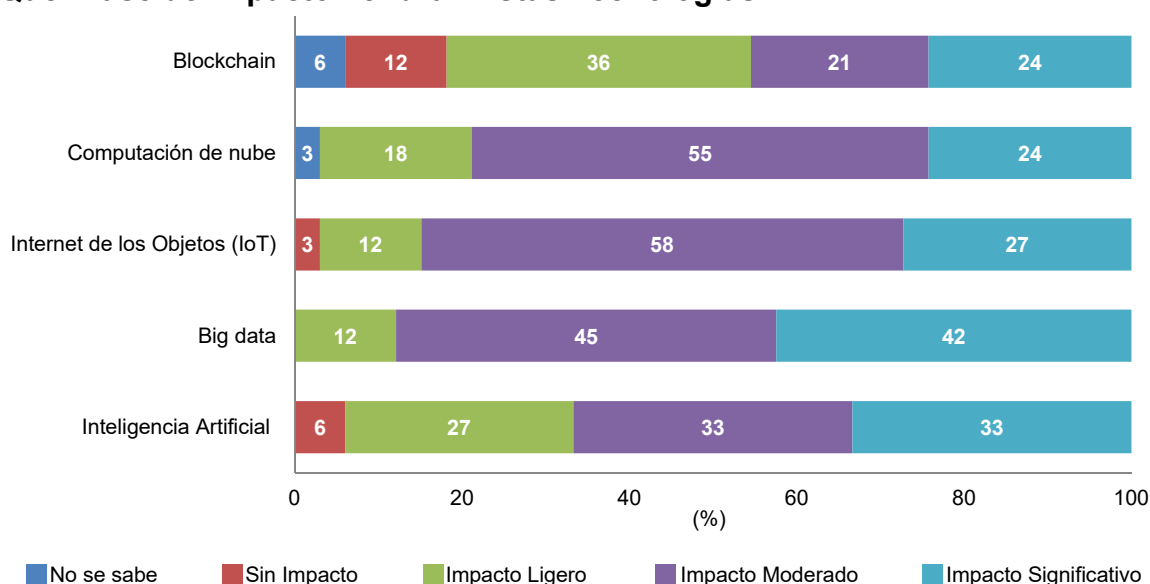
Anexo 3

¿Cuáles Son los Desafíos Más Importantes que la Innovación Puede Ayudar a Superar a Las Aseguradoras?



Anexo 4

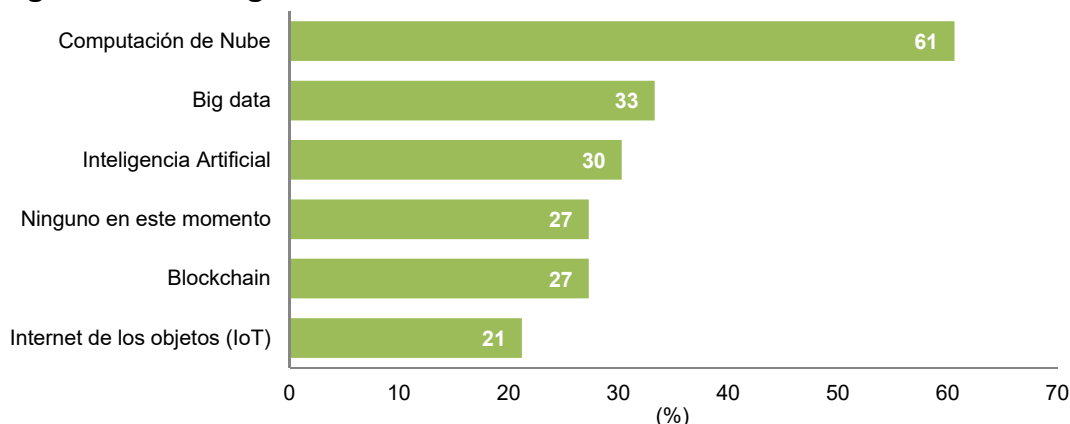
¿Qué Clase de Impacto Tendrán Estas Tecnologías?



al sector tradicional de reaseguros, lo que, en última instancia, los enfrenta a la interrupción del modelo típico de negocios. Las mejoras en la tecnología móvil, las aplicaciones y la infraestructura de telecomunicaciones permitirán a una audiencia más amplia acceder a la cobertura de seguros y reducir gradualmente las barreras actuales para su adquisición.

Aunque los resultados de la encuesta indican que todas las innovaciones tecnológicas tendrán un impacto en los reaseguradores, se identificó que el big data, la computación de nube y el IoT tendrán el mayor impacto (**Anexo 4**). El impacto de los análisis de big data en el proceso de suscripción no puede ser sobre enfatizado. Las empresas están acumulando mucha más información de la que los humanos pueden analizar, lo que podría requerir que éstas contraten

Anexo 5

¿Su Compañía Ha Invertido , o Está Planeando Invertir, en Alguno de los Siguientes?

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

científicos e ingenieros que analicen los datos para encontrar nuevas relaciones y patrones que les ayuden a desarrollar soluciones empresariales innovadoras. Las empresas también pueden aprovechar el big data para la toma de decisiones basada en datos, lo que conduciría a una suscripción automática de líneas de negocio cada vez más complejas. Además, la introducción de estas tecnologías se traducirá en eficiencias de gestión de reclamaciones, en particular, al disminuir el fraude potencial en el mercado, ya que las bases de datos automatizadas en tiempo real reemplazarían el papeleo manual.

Con la implementación de la computación de nube y el big data, la interrupción del modelo de negocios puede verse como una amenaza menor, y para algunos, incluso como otra ventaja competitiva. Las empresas se centran en la computación de nube y el análisis de big data, con un 61% de los encuestados invirtiendo en la computación de nube y un tercio invirtiendo en big data (**Anexo 5**).

El reaseguro facultativo puede ser un proceso engorroso, dadas las complejidades que rodean la interpretación del contrato, la autenticidad de los datos y la problemática de las fuentes fragmentadas de datos, así como los significativos gastos generales administrativos. El blockchain tiene el potencial de mejorar la eficiencia de los procesos de reclamaciones al tiempo que proporciona mayor transparencia, y se puede utilizar para rediseñar el flujo de trabajo del reaseguro facultativo actual, al permitir el intercambio transparente de datos comunes y la automatización de la gestión de contratos. Al conectar reaseguradores, aseguradores primarios y proveedores de servicios, un libro mayor compartido puede facilitar una transferencia de datos más eficiente entre todas las partes. Al aprovechar las capacidades del blockchain, aseguradores y terceros pueden acceder y actualizar fácilmente la información que consideren relevante. Dar a los reaseguradores un acceso limitado a los historiales de reclamaciones puede mejorar la transparencia de la industria de manera automatizada y auditable. Compartir información de diferentes fuentes de datos en una cadena de bloques permitiría a varias partes colaborar, detectar, identificar y mitigar actividades fraudulentas.

El blockchain tiene un perfil más bajo cuando se trata de su impacto potencial y enfoque de inversión, porque esta tecnología requiere una implementación universal para ser efectiva. Los problemas como la escalabilidad, la potencia de cómputo y la seguridad deben abordarse de manera convincente antes de la implementación generalizada. El Blockchain puede mejorar la eficiencia, y hay iniciativas interesantes de la industria relacionadas con su uso. Por ejemplo,

algunas de las principales reaseguradoras y aseguradoras europeas, como Swiss Re, Allianz, Zurich, Munich Re y Hannover, han formado una iniciativa de Blockchain llamada B3i. B3i es una empresa emergente formada para explorar el potencial de usar tecnologías de contabilidad distribuida en la industria de (rea)seguros para el beneficio de todos los interesados en la cadena de valor. China Re, Hannover Re, General Reinsurance Corporation y Zhong An anunciaron planes para crear una plataforma conjunta de Blockchain de reaseguro con el fin de mejorar la calidad de los datos, así como la precisión y eficiencia de las transacciones. En un proyecto respaldado por el regulador chino, China Re Group y Zhong An Technology han completado la prueba de concepto de esta plataforma, que abarca la negociación, contratación, reaseguro, e intercambio de documentos, así como el procesamiento de reclamaciones en un ecosistema comercial.

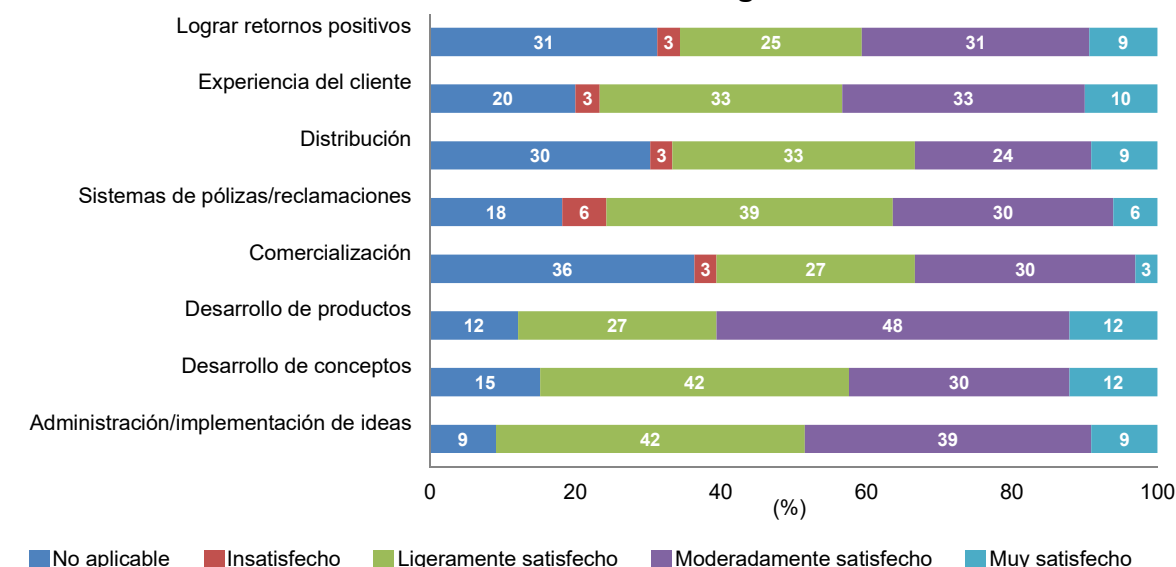
El Proceso de la Innovación

La visión de la innovación de los reaseguradores refleja, al menos en parte, la satisfacción de cada empresa con sus propios esfuerzos de innovación en diversas áreas, lo que indica la necesidad de una mejora significativa. No más del 12% de los encuestados dijeron que estaban muy satisfechos en cualquier área. El desarrollo de productos y conceptos fue el más alto, con un 12% cada uno (**Anexo 6**). Con respecto a la innovación de productos, algunas cosas podrían ayudar a cerrar la brecha del seguro, una de las cuales es el precio relativo del riesgo. A medida que el nuevo capital ingresa en el sistema, el costo general de la disminución de capital y otros riesgos no asegurados ahora pueden considerarse asegurados. Impulsar el cambio regulatorio e institucional, como las leyes que exigen que ciertos riesgos (por ejemplo, los terremotos en California) estén asegurados en primer lugar, podrían aumentar la demanda de reaseguros.

Las reaseguradoras utilizan con más frecuencia las métricas financieras para medir el éxito (74%), seguidas por el crecimiento de la empresa (55%), mientras que las encuestas de clientes/consumidores y el crecimiento de la participación de mercado se utilizan en un 39% para medir la recepción de iniciativas de innovación (**Anexo 7**). Los resultados de esta pregunta resaltan la necesidad de diferentes tipos de métricas para monitorear el progreso de la innovación.

Anexo 6

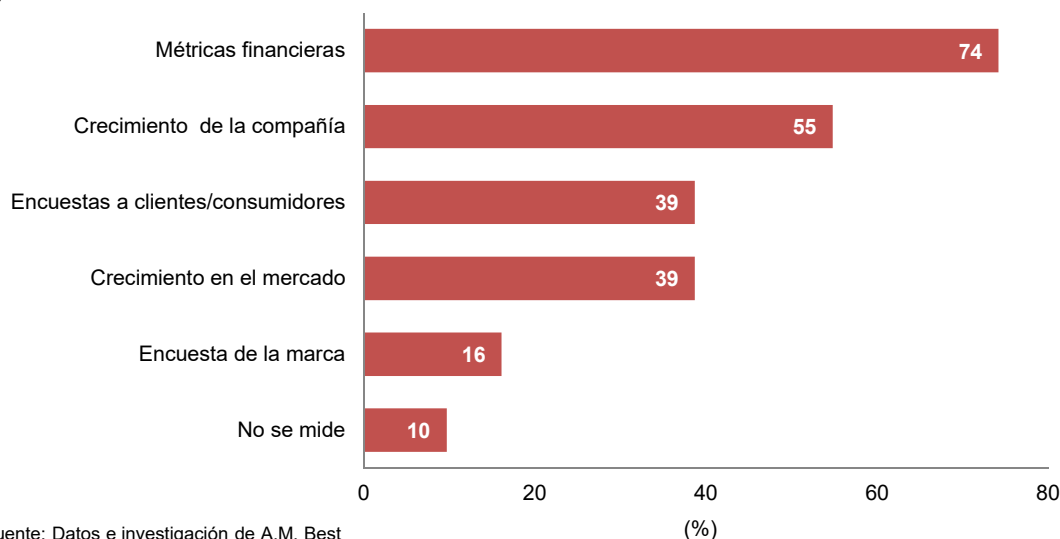
¿Cuáles Son los Niveles de Satisfacción de Su Empresa con Sus Esfuerzos de Innovación en Relación con las Sigüientes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

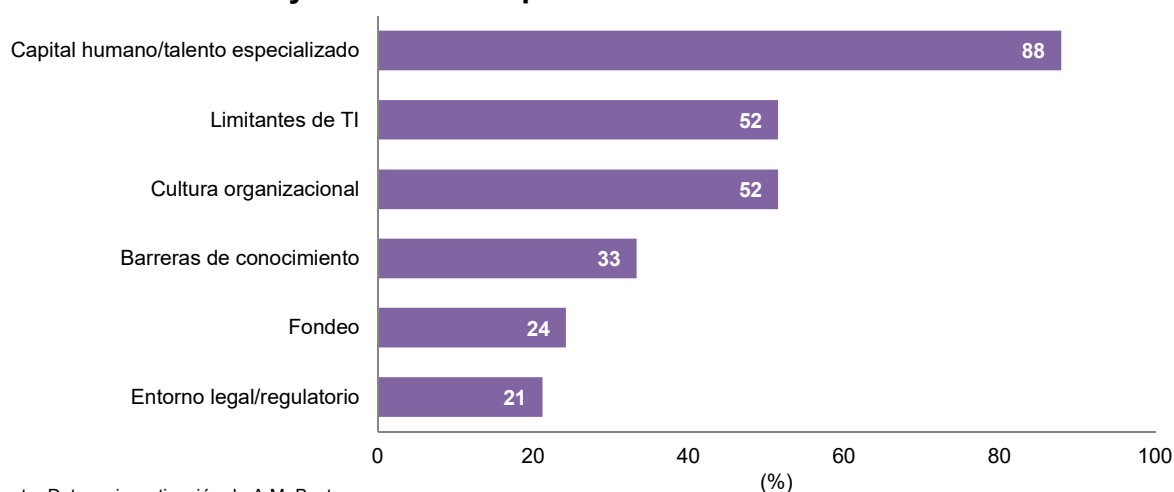
Anexo 7

¿Cómo Mide el Éxito de Sus Iniciativas de Innovación?



Anexo 8

¿Cuáles Son Los Mayores Desafíos para Desarrollar el Proceso de Innovación?



Existen desafíos para desarrollar un proceso y una estrategia de innovación. Una proporción significativa de los reaseguradores mencionan la falta de capital humano/talento especializado (88%), limitantes de TI (52%) y su propia cultura organizacional (52%), como los tres obstáculos más grandes para desarrollar su proceso de innovación (**Anexo 8**). Al innovar para enfrentar estos desafíos, los reaseguradores adoptan un enfoque más colaborativo que otros sectores. El 61% de los encuestados dijo que preferiría mejorar o crear mejores productos/procesos/servicios al asociarse con otra organización, más del doble de las respuestas para el desarrollo interno (27%), mientras que solo el 12% compraría de fuente externa. Si bien el 39% de las empresas no tienen asociaciones innovadoras con compañías o entidades de insurtech, que no pertenezcan al sector tradicional de seguros, las vías preferidas para aquellos que deciden establecer asociaciones se distribuyen de manera bastante uniforme, y aproximadamente el 21% afirma que esas asociaciones pueden abarcar inversiones estratégicas en nuevas empresas, participación en aceleradores de seguros o asociación con una organización dedicada a la investigación. También vale la pena señalar que el 15% de los encuestados afirmó que no estaban involucrados actualmente en ninguna asociación, pero planeaban hacerlo en el próximo año.

Las empresas con visión a futuro en Asia y el resto del mundo están uniendo fuerzas con los innovadores. En Asia, Aviva Plc anunció en febrero de 2018 que había recibido la aprobación regulatoria para una empresa digital conjunta con Tencent Holdings Ltd. y Hillhouse Capital Group. En 2017, la principal aseguradora de líneas personales de Singapur, NTUC, anunció que se había convertido en la primera aseguradora de Singapur en incorporar tecnologías cognitivas al implementar IBM Watson Explorer para automatizar y mejorar sus procesos de reclamaciones. Por último, pero no menos importante, los corredores de seguros, que han estado consolidando y fortaleciendo sus capacidades en los últimos años, también están activos. Hacer que los corredores ofrezcan soluciones a los aseguradores primarios (liberación de capital de solvencia, transferencias de cartera perdida, etc.) podría reducir a los reaseguradores a proveedores de capacidad, donde la fijación de precios (suponiendo la misma fortaleza financiera) es un factor clave para la decisión de un corredor de qué reasegurador recomendar a la cedente. La competencia de todos estos diferentes tipos de consumidores por los servicios de asesoría podría mercantilizar el reaseguro. Las compañías de Insurtech podrían proporcionar soluciones vanguardistas al mercado primario y mejorar aún más la eficiencia y la calidad de los datos. Esto requerirá apoyo top-down, así como apoyo regulatorio, para avanzar hacia el nivel de cedente y corredor, ya que es necesario superar la resistencia a nuevas ideas y nuevas formas de operar el reaseguro.

Estrategia e Implementación de la Innovación

La mayoría de los reaseguradores identifican oportunidades de innovación de tres fuentes, dos internas además de la industria:

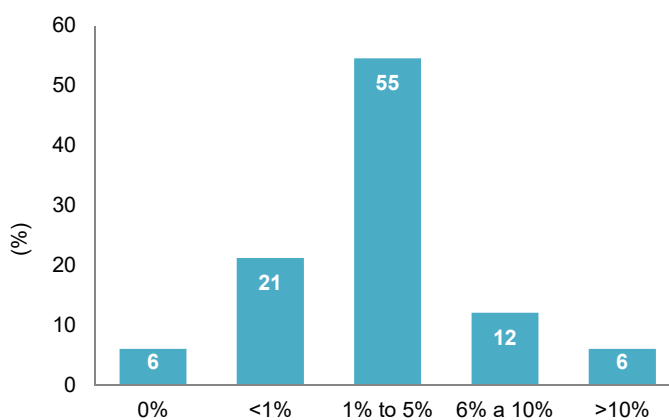
- Dirección/junta directiva (85%)
- Empleados (79%)
- Industria/competidores (64%)
- Consultores/vendedores externos (48%)
- Clientes (45%)
- Equipo de ventas (36%)

El treinta y seis por ciento de las reaseguradoras encuestadas ve sus estrategias actuales de innovación como un componente clave de sus objetivos estratégicos generales, mientras que otro 39% está desarrollando estrategias de innovación que se alinean con sus objetivos estratégicos generales, lo que demuestra que la mayoría de las empresas entienden la importancia de tal alineación. A diferencia de otros sectores en la industria, una mayor proporción de reaseguradores, el 21%, está desarrollando o ha desarrollado, una estrategia que no se alinea explícitamente con sus objetivos estratégicos generales; solo el 3% de las empresas no tienen una estrategia de innovación o no planean crear una.

Las juntas de consejo de los reaseguradores parecen estar en sintonía con las estrategias de innovación de sus organizaciones y su enfoque, ya que más del 90% de los encuestados discuten la innovación en las reuniones de la junta directiva al menos una vez al año, y un tercio dice que discuten la innovación en cada reunión del consejo. Muchas juntas directivas discuten la innovación a lo largo del año, ya sea trimestralmente o en una reunión programada regularmente. Además, aquellos que discuten la innovación con mayor frecuencia tienden a ver la implementación de la innovación en la industria de manera más favorable y tienen opiniones más firmes sobre la clara definición y comunicación del proceso innovador en toda la organización. Un compromiso con el proceso de innovación es esencial. Si bien los equipos de administración corporativa y los miembros de la junta directiva deben demostrar liderazgo y aceptación, todos los empleados de la empresa pueden aportar ideas con respecto a las tareas cotidianas, ya que pueden ver directamente los obstáculos en sus funciones diarias y los beneficios potenciales que una estrategia estructurada de innovación podría traer.

Como con cualquier esfuerzo, la implementación de un proyecto de esta importancia requiere de planificación, preparación y ejecución adecuadas. Sin embargo, la asignación de una parte del presupuesto anual para invertir en mejoras innovadoras no parece ser una preocupación importante para el sector, ya que solo una cuarta parte de las reaseguradoras encuestadas afirmaron que el financiamiento era un desafío. Más de la mitad de los reaseguradores asignan entre el 1% y el 5% de sus presupuestos anuales a la innovación; el sector tiene la proporción más alta (6%) de organizaciones que asignan más del 10% de su presupuesto total anual a iniciativas de innovación (**Anexo 9**).

Anexo 9 ¿Qué Porcentaje de Su Presupuesto Total Anual Es Destinado a la Innovación?

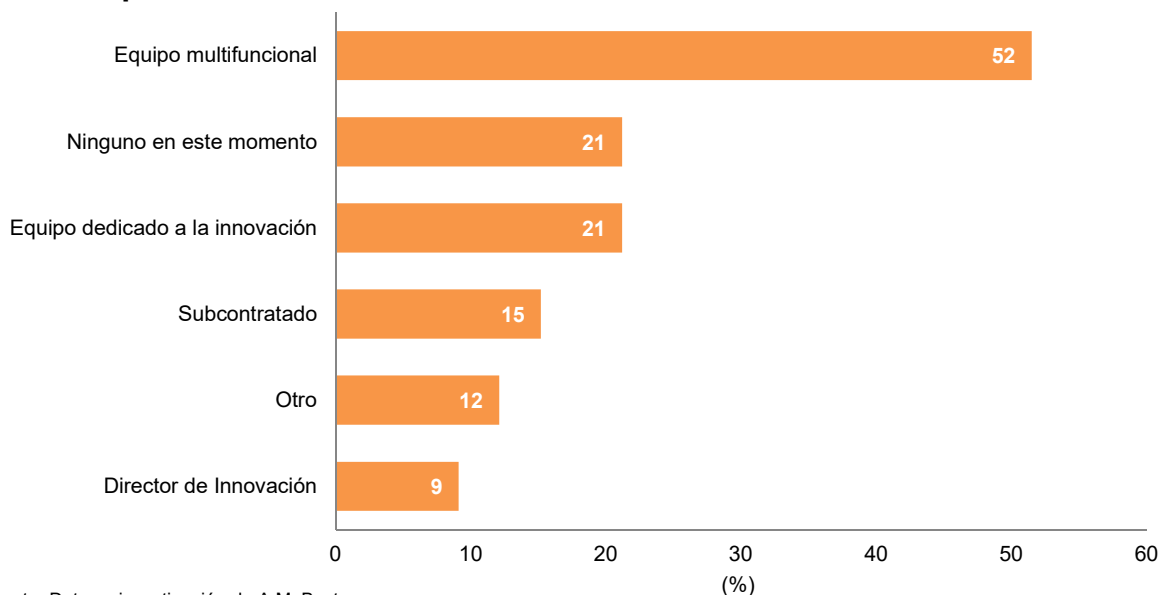


Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Poco más de la mitad de las reaseguradoras encuestadas tienen equipos de personal multifuncional que se centran en la innovación. El 21% tiene equipos dedicados a la innovación, la misma proporción que los que no tienen ninguno. Solo el 9% de los encuestados tiene un director de innovación; otro 15% externaliza esta función a un equipo que se centra en la innovación (**Anexo 10**). A.M. Best observa que algunas empresas pueden utilizar un enfoque múltiple hacia la innovación, que incluye el uso de un proveedor externo y un equipo interno dedicado. Sin embargo, es de esperarse que las empresas con menos recursos dependan de proveedores externos para la innovación. Las compañías más grandes pueden desarrollar tecnología internamente, pero también pueden usar consultores externos para realizar un seguimiento de hacia dónde se dirige el mercado.

Anexo 10

¿Su Compañía Tiene Personal Enfocado en la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Áreas Cruciales para La Innovación

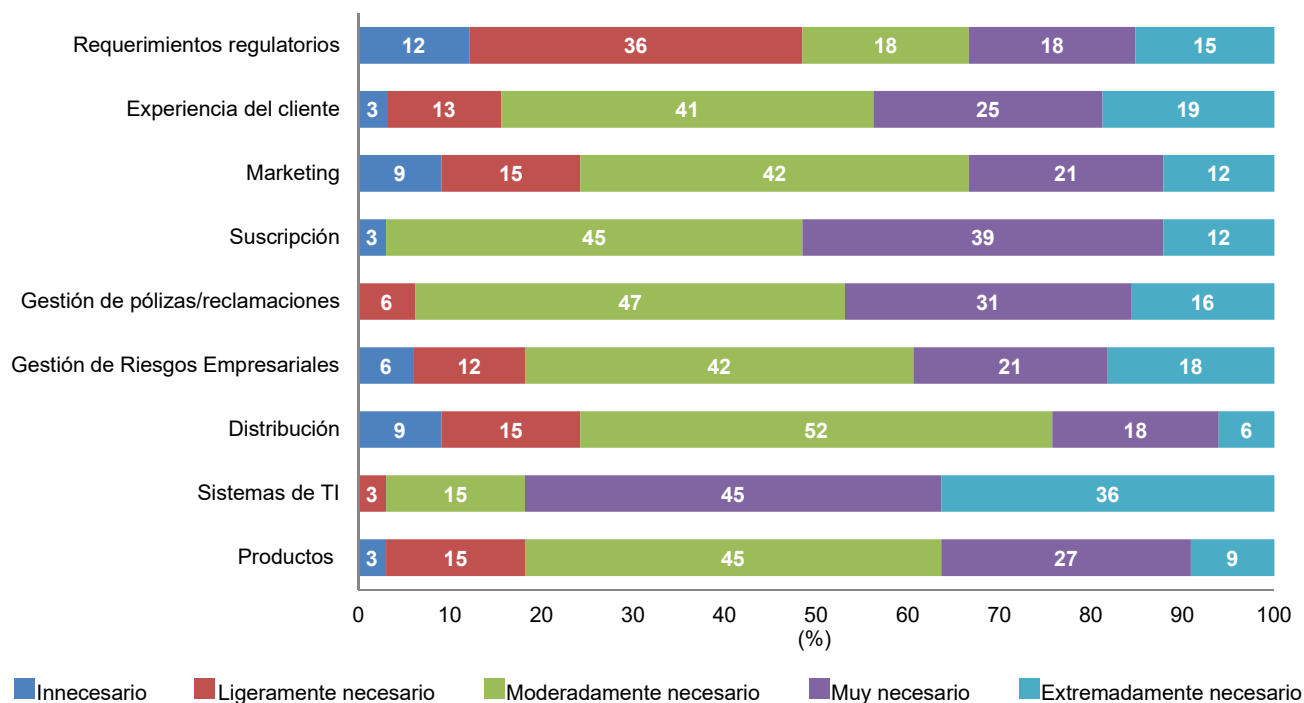
Más de la mitad de las reaseguradoras encuestadas creen que es muy necesario, o extremadamente necesario, innovar sus sistemas de TI (82%) y suscripciones (52%) (**Anexo 11**). La actualización/transferencia de sistemas preexistentes sigue siendo una prioridad para muchos en el sector, ya que algunas iniciativas a menudo tardan años en concretarse.

Las reaseguradoras creen que la innovación tendrá al menos un impacto moderado, si no significativo, en los sistemas de TI (91%), la distribución (85%) y la experiencia del cliente (84%) (**Anexo 12**). La tecnología ha generado una ola de avances en lo que respecta a la gestión de riesgos empresariales (ERM, por sus siglas en inglés), ya que las reaseguradoras han adoptado métodos informáticos sofisticados en las últimas décadas. La sofisticación del modelado de catástrofes y el análisis económico de cartera, que en última instancia dirige la fijación de precios para daños catastróficos, ha ido mejorando lenta y gradualmente el análisis de datos, colocando a los primeros competidores del sector en adoptar estos cambios, en mejores posiciones competitivas.

Ha surgido un creciente número de paradigmas de modelado de catástrofes, que proporcionan soluciones que permiten un enfoque más sofisticado para modelar las exposiciones, incluso para peligros y geografías que no se habían modelado adecuadamente en el pasado. El modelado de catástrofes ha sido históricamente limitado por la falta de datos disponibles e inversión en la cuantificación del riesgo catastrófico. Construir modelos robustos para catástrofes es costoso, y los volúmenes de primas deben alcanzar una masa crítica para que la inversión sea comercialmente viable. La evolución en tecnologías como el IoT, la computación de nube y la inteligencia artificial, ha facilitado avances en las capacidades analíticas de los reaseguradores, lo que da lugar a asociaciones más sólidas con los cedentes, al mejorar su gestión de riesgos. El

Anexo 11

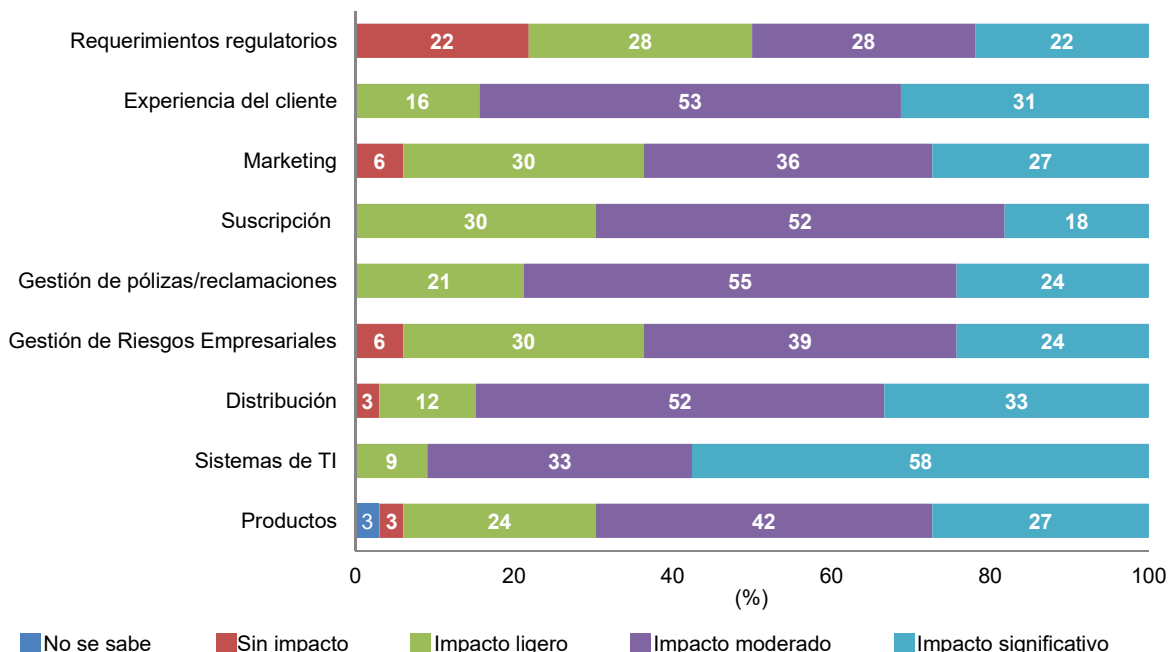
¿Qué Tan Necesaria Es La Innovación en las Sigüientes Áreas?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 12

¿En Qué Grado Espera Que la Innovación Afecte las Sigüientes Áreas en los Próximos Tres Años?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

modelado es un área en particular donde estas asociaciones pueden llevar a mejoras a medida que mejora la calidad de los datos, ayudando a los reaseguradores a comprender mejor los riesgos que suscriben y optimizar sus carteras de riesgos.

Las reaseguradoras han lidiado con la mala calidad de los datos de sus cedentes durante mucho tiempo. Las aseguradoras primarias tienen diferentes estándares en cuanto a la calidad de los datos, mientras que las diferentes geografías tienen idiosincrasias de datos únicas. Los avances en la computación de nube, el big data y el modelado predictivo, pueden ayudar a las aseguradoras a comprender mejor los datos. Los avances en computación pueden cambiar la manera en que los reaseguradores simulan y examinan los riesgos en su cartera, brindándoles información valiosa sobre las carteras de sus clientes. Las reaseguradoras que adoptan la innovación pueden encontrar oportunidades de crecimiento a través de su capacidad para suscribir nuevos riesgos y gestionar los riesgos existentes. A medida que se intensifique la competencia dentro y fuera de la industria, los reaseguradores deberán encontrar formas innovadoras de colaborar y competir. Como muchos clientes buscan asesoramiento y administración de riesgos en las reaseguradoras, aquellas que sean proactivas y se mantengan al día con los cambios en el panorama tecnológico, demográfico y económico, tendrán la ventaja sobre la competencia.

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

La implementación de blockchain en los seguros enfrenta obstáculos significativos.

Enfoque Tecnológico: el Blockchain

Hay una gran emoción en torno al blockchain. Los predicadores de las cadenas de bloques visualizan un mundo en el que los algoritmos permitirán a las personas, organizaciones y máquinas realizar transacciones e interactuar entre sí sin necesidad de intermediarios tradicionales, como banqueros, abogados o corredores. Sin embargo, el camino del sistema actual hacia un nuevo paradigma tecnológico, enfrenta obstáculos significativos, tanto que está lejos de ser claro lo que finalmente surgirá.

Las ventajas principales de Blockchain de descentralización e inmutabilidad, vienen con importantes intercambios técnicos, lo que cuestiona su utilidad para muchas aplicaciones. Además, el blockchain enfrenta obstáculos aún mayores, en la forma de un panorama regulatorio diverso e incierto y una aceptación limitada por parte de los participantes establecidos de la industria. Hoy en día, estos obstáculos dificultan la implementación generalizada del blockchain y limitan su uso a casos de nicho.

¿Qué es Blockchain y Cómo Puede Usarse?

En el nivel más fundamental, blockchain es una versión digital y descentralizada de un libro mayor o libro contable tradicional que se puede programar para rastrear activos y registrar diversas transacciones. La tecnología detrás del blockchain permite que la información digital sea distribuida pero no copiada, lo que significa que cada dato individual puede tener un solo propietario. Lo que hace diferente a blockchain de otros tipos de libros digitales o bases de datos, es que la tecnología subyacente permite que una red de computadoras se ponga de acuerdo a intervalos regulares sobre el estado real de un libro contable distribuido, sin la necesidad de un administrador central.

Mecánicamente, el libro contable en blockchain se replica a lo largo de un gran número de bases de datos idénticas, cada una de ellas alojada y mantenida por una parte interesada. Cuando los cambios se ingresan en una copia, todas las computadoras en la red actualizan sus copias de la base de datos simultáneamente. Las transacciones de blockchain se registran cronológicamente, con cada pieza de información matemáticamente encriptada y agregada como un nuevo "bloque" a la cadena compartida de registros históricos. Un bloque puede representar transacciones y datos de muchos tipos, incluyendo moneda, derechos digitales, propiedad intelectual, identidad o títulos de propiedad. Para evitar el fraude o la doble contabilización, los protocolos de consenso se utilizan para validar un nuevo bloque con otros participantes antes de que se pueda agregar a la cadena. En otras palabras, blockchain utiliza algoritmos y criptografía para garantizar la integridad del libro contable, y en el proceso elimina la necesidad de intermediarios de terceros.

Aunque a la larga, el blockchain puede llegar a ser una fuerza económica perturbadora, el uso más inmediato de esta tecnología hoy en día se encuentra en el área de eficiencias operativas. Específicamente, el blockchain se puede utilizar para reducir los costos asociados con los procesos actuales mediante la eliminación de intermediarios o del esfuerzo administrativo de mantenimiento de registros y conciliación de transacciones. Dada la naturaleza general de la tecnología, ésta puede aplicarse verticalmente en numerosas industrias, desde servicios financieros hasta el gobierno. En finanzas, por ejemplo, blockchain se puede utilizar para pagos internacionales de bajo costo, verificables y seguros. El blockchain también puede llevar a una liquidación más eficiente de las transacciones comerciales. Al crear un registro

Contacto de Analistas:

Edin Imsirovic, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5740
Edin.Imsirovic@ambest.com

Sridhar Manyem, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5612
Sridhar.Manyem@ambest.com

Contribución:

Steve DeLosa

2018-128.6

indiscutible de propiedad en tiempo real, esta tecnología puede reforzar las medidas contra la falsificación de productos farmacéuticos, artículos de lujo, diamantes y otros productos altamente valorados o sensibles. También puede mejorar el funcionamiento del gobierno al agilizar la forma en que gestionamos nuestra identidad. Los usos potenciales de la cadena de bloques en la gestión de la cadena de suministro son numerosos; estos incluyen las aplicaciones en seguridad alimentaria, donde se puede hacer un seguimiento de detalles como el origen de la granja, las fechas de vencimiento y la temperatura de almacenamiento.

El libro contable de blockchain también se puede programar con contratos inteligentes (un conjunto de condiciones registradas en la cadena de bloques), de modo que las transacciones se activen automáticamente cuando se cumplen las condiciones. Aunque los contratos inteligentes no son exclusivos de blockchain, al implementarlos en éste, los usuarios pueden beneficiarse de su inmutabilidad y falta de necesidad de un administrador central, por ejemplo. Se puede encontrar un ejemplo temprano de un contrato inteligente de este tipo en el seguro de vuelo, en el que el asegurado recibe un reembolso automático por un vuelo atrasado sin tener que completar una reclamación. Mecánicamente, la compra del seguro se registra de manera automática en un libro contable, y el contrato inteligente creado en la cadena de bloques se vincula a las bases de datos de tráfico aéreo global, lo que significa que tan pronto como se registra un retraso en el libro contable, la compensación se activa automáticamente.

Blockchain en los Seguros

Debido a las limitantes actuales de la tecnología de blockchain, la mayor parte de su uso actual en la industria de los seguros es reducido y de naturaleza experimental. Sin embargo, una vez que se hayan resuelto los problemas técnicos, de compatibilidad y regulatorios, el blockchain puede convertirse en una fuerza transformadora para industrias como los seguros, que requieren coordinación y cooperación por parte de muchos intermediarios diferentes con incentivos distintos. Además del seguro de viaje, los ejemplos de uso de blockchain en seguros incluyen los siguientes:

Gestión de reclamaciones: blockchain tiene el potencial de mejorar la eficiencia del proceso de reclamaciones, al tiempo que proporciona mayor transparencia. Un libro mayor distribuido podría reducir los costos administrativos a través de la verificación automatizada de la identidad del asegurado y la validez del contrato. Al aprovechar las capacidades de blockchain, los aseguradores y terceros pueden acceder y actualizar fácilmente la información relevante, como pruebas e informes policiales. Dar a los reaseguradores un acceso limitado a los historiales de reclamos puede mejorar la transparencia para la industria del reaseguro de manera automatizada y auditable. El impacto más grande puede darse debido a la combinación de la tecnología blockchain con el IoT (Internet of Things) y los contratos inteligentes, por lo que los objetos habilitados para IoT pueden tener sus propias pólizas de seguro, que podrían ser registradas y administradas por contratos inteligentes en el libro contable de blockchain. Si se detecta algún problema, el contrato inteligente podría desencadenar automáticamente un proceso de reparación o reclamación.

La subrogación de reclamaciones ofrece un ejemplo más inmediato del uso de la tecnología blockchain. Debido a que la subrogación de reclamaciones requiere una participación significativa de aseguradoras y compañías de terceros, las revisiones manuales entre varias partes pueden ser costosas y requerir mucho tiempo. La transparencia de un libro contable compartido, puede ayudar a acelerar este proceso al tiempo que mejora la experiencia general del cliente.

Prevención del fraude: al conectar a las aseguradoras, a sus clientes y a los proveedores de servicios, un libro contable compartido puede facilitar una transferencia de datos más eficiente entre todas las partes. Compartir información de diferentes fuentes de datos en una cadena de bloques, permitiría a las distintas partes colaborar, detectar, identificar y mitigar la actividad fraudulenta.

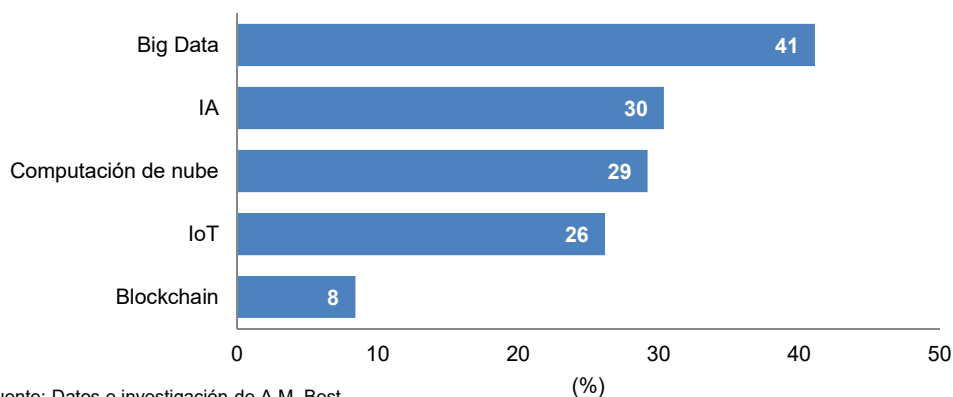
Otros usos incluyen los siguientes:

- El reaseguro facultativo puede ser un proceso engorroso, dadas las complejidades que rodean la interpretación del contrato, la autenticidad de los datos y la problemática de las fuentes fragmentadas de datos, así como una carga administrativa importante. El blockchain podría usarse para rediseñar los flujos de trabajo del reaseguro facultativo actual, al permitir el intercambio transparente de datos comunes y automatizar la gestión de contratos.
- En los seguros de salud, la fragmentación del registro de pacientes puede afectar la calidad y el costo de la atención al paciente de varias maneras, desde repetir pruebas diagnósticas innecesarias, hasta recetar medicamentos inadecuados o con efectos negativos. Con la ayuda de la tecnología de libro contable distribuido, los registros médicos pueden protegerse criptográficamente y compartirse entre los proveedores de salud, lo que puede mejorar la calidad de la atención que recibe un paciente.
- La industria de seguros de títulos podría obtener beneficios en forma de mayor eficiencia y precisión, al aprovechar las ventajas principales de la tecnología de libro contable distribuido de blockchain. Digitalizar registros y colocarlos en una cadena de bloques podría acelerar considerablemente el proceso de recuperación y análisis de títulos.
- Las aseguradoras de salud pueden ver algunos beneficios de blockchain para la gestión de datos, ya que varias partes pueden compartir registros de salud sin que se comprometa la privacidad e integridad de estos registros.

Hasta ahora, ha surgido una serie de iniciativas de la industria, como el B3i (cuyos accionistas incluyen a Swiss Re, Munich Re, Zurich, Hannover Re, Scor, Generali, Allianz, Tokio Marine, Achmea y Liberty Mutual). Lloyd's Syndicates está desarrollando casos de uso para seguros marítimos y de crisis. El blockchain puede prestarse a las solicitudes de varios recién llegados en el seguro de título (States Title, OneTitle National Guaranty Co. y Spruce Holdings). En 2017, según Artemis, Solidum Partners completó una innovadora transacción privada de bonos catastróficos, la primera bursatilización de ILS (Valores Vinculados a Seguros, por sus siglas en inglés) que se liquidará utilizando blockchain. (La transacción se renovó este año y cotiza en la Bolsa de Valores Internacional). La Alianza RiskBlock, el consorcio de tecnología de libro contable distribuido formado por The Institutes, un grupo de conocimiento de riesgos y seguros con sede en Malvern, Pensilvania, incluye a las principales aseguradoras primarias, como The Hanover Insurance Group, Liberty Mutual, Munich Re America y Chubb, y tiene como objetivo aumentar la adopción de blockchain a través de aplicaciones del mundo real.

Anexo 1

Porcentaje de Encuestados Que Creen Que Estas Tecnologías Tendrán un Impacto Significativo



El Uso Limitado de Blockchain en el Seguro Refleja Más Escepticismo que Otras Tecnologías

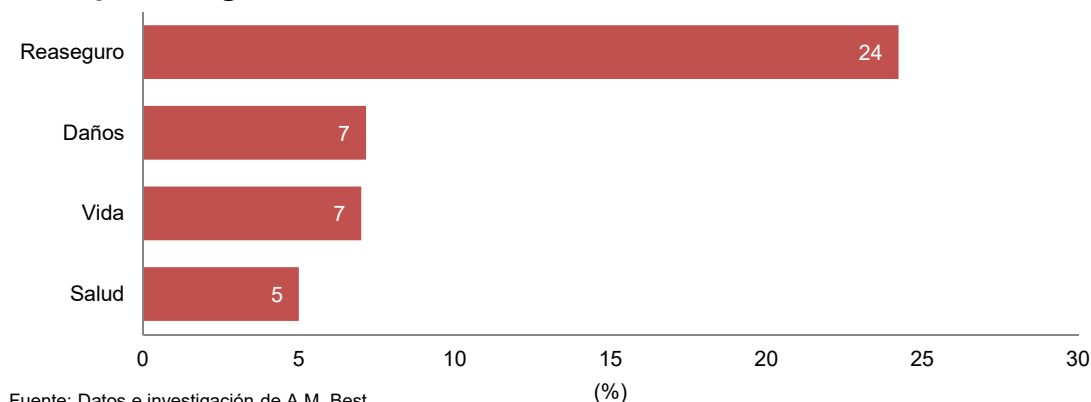
Blockchain ocupa el último lugar en tecnologías que, según los aseguradores, tendrían un impacto significativo en los próximos tres años (**Anexo 1**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado), lo que refleja los desafíos que lo acompañan. Tecnologías como el IoT y big data se han vuelto más comunes, a diferencia de blockchain. La reciente volatilidad en las criptomonedas se ha sumado a la cautela de las empresas.

Las reaseguradoras son más optimistas acerca de blockchain que otros sectores (**Anexo 2**), como lo demuestra la iniciativa B3i, que incluye a las principales reaseguradoras globales. B3i es una start-up o empresa emergente formada para explorar el potencial del uso de tecnologías de contabilidad distribuida en la industria de seguros y reaseguros, para el beneficio de todos los interesados en la cadena de valor. Otros sectores siguen siendo mucho más escépticos acerca del blockchain en general, así como de su aplicabilidad a su negocio, lo que también se refleja en el bajo número de aseguradores que han invertido en estas tecnologías (**Anexo 3**).

Los reaseguradores parecen invertir significativamente más que otros sectores, como lo demuestra su participación en iniciativas de la industria para usar la tecnología, en un esfuerzo por adelantarse a la curva.

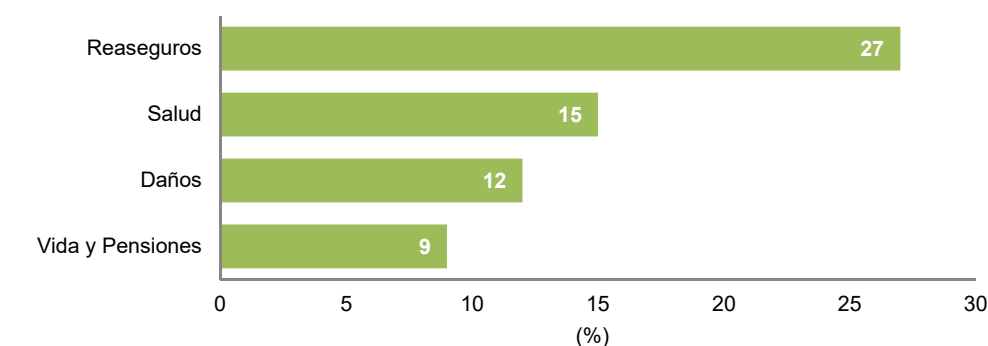
Anexo 2

Porcentaje de Encuestados por Sector Que Cree que Blockchain Tendrá un Impacto Significativo



Anexo 3

¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en Blockchain?



Retos del Blockchain

Los obstáculos para vislumbrar el futuro de blockchain son significativos y van desde las limitantes técnicas inherentes relacionadas con la escalabilidad y la privacidad, hasta la necesidad de una colaboración significativa entre industrias y un marco regulatorio mejor definido.

Escalabilidad: Blockchain es más lento y más costoso de implementar que una base de datos centralizada, debido a la naturaleza inherente de su estructura. Cuanto más crece la cadena de bloques, mayores son los requisitos para el almacenamiento, el ancho de banda y la potencia de cálculo.

Compatibilidad y cooperación: muchas implementaciones de la tecnología blockchain se adaptan a las necesidades específicas de los usuarios y no se comunican entre sí. Las soluciones del blockchain requerirán una gran cantidad de cooperación entre diferentes entidades e industrias.

Privacidad: la tecnología de contabilidad distribuida utilizada por la mayoría de las cadenas de bloques permite una total transparencia en las transacciones. En muchas aplicaciones de blockchain, cierta información debe permanecer privada.

Regulación: los problemas regulatorios relacionados con el uso de la tecnología de las cadenas de bloques aún están en proceso de evolución.

Seguridad: esta tecnología tiene sus bases en el hecho de que, matemáticamente, es casi imposible que una sola unidad o parte pueda comprometer el sistema, debido a la falta de la potencia de cómputo requerida. Uno tendría que tomar el control de más del 51% de las computadoras en el mismo libro contable distribuido y modificar todos los registros de transacciones en un período muy corto. Por lo tanto, la verificación y el permiso distribuidos son claves para la seguridad de la cadena de bloques.

Dados todos estos desafíos, las aseguradoras actualmente están menos entusiasmadas con el uso de blockchain, pero dado el creciente número de aplicaciones en otras industrias, eso puede cambiar.

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

El IoT tiene el potencial de transformar la manera en la que nosotros, y por lo tanto la industria, interactuamos con el mundo.

Enfoque Tecnológico

El Internet de los Objetos

El Internet de los objetos (IoT, por sus siglas en inglés) es una red de dispositivos en hogares, lugares de trabajo, industrias y ciudades conectadas entre sí y a Internet, lo que facilita el intercambio y análisis de datos. Al incorporar objetos cotidianos con sensores y capacidad para WiFi, estamos digitalizando el mundo físico, lo que nos permite automatizar estos objetos en un grado sin precedentes. El IoT tiene el potencial de cambiar fundamentalmente la forma en que percibimos e interactuamos con nuestro entorno; ya está transformando las compras, los viajes, la salud, los deportes, el fitness, la producción, y los artículos para el hogar, entre otros. Como resultado, las industrias serán dirigidas por los datos con mayor frecuencia, en un esfuerzo por crear nuevos modelos de negocios, aumentar la eficiencia y mejorar la participación de los empleados y clientes. Un número mayor de objetos, como automóviles, lavadoras, cafeteras, serán más inteligentes y podrán comunicarse entre sí a través de IoT.

¿Qué es el Internet de los Objetos?

En su nivel más fundamental, el IoT se trata de conectar (a internet) un objeto previamente “desconectado”, ya sea directa o indirectamente, y derivar un valor de esa conexión. La red de objetos conectados hace que los objetos físicos sean “inteligentes” al permitir que éstos se comuniquen entre sí, nos informen de su estado y, en ciertos casos, tomen decisiones sin interacción humana. Mecánicamente, el IoT es habilitado por sensores en objetos. Estos sensores se conectan entre sí y con sistemas que pueden comprender o presentar información de las fuentes de datos del sensor.

La utilidad de las fuentes de datos de IoT se ve amplificada por una amplia variedad de sensores, como los que pueden medir la fuerza, la carga, el torque y la presión; los que pueden detectar gases y productos químicos; aquellos que pueden sentir vibraciones y distinguir entre diferentes acústicas; aquellos que pueden tomar la temperatura y detectar movimiento, velocidad y desplazamiento; así como aquellos que identifican posición, presencia y proximidad. La gran variedad de sensores disponibles nos brinda la capacidad de reunir grandes cantidades de información sobre nuestro mundo físico en tiempo real.

Factores que Impulsan el Surgimiento del IoT

Una serie de tendencias importantes está acelerando la adopción del IoT. Los avances exponenciales en tecnología están llevando a una significativa disminución de los costos de hardware del IoT, poniendo los sensores, la potencia de procesamiento, el ancho de banda de la red y el almacenamiento en la nube al alcance de más usuarios, y haciendo práctica una gama más amplia de aplicaciones del IoT. Al mismo tiempo, los avances en la tecnología subyacente (como sensores más sofisticados), la cobertura inalámbrica omnipresente de bajo costo a velocidades cada vez mayores, y las capacidades analíticas mejoradas, están incrementando las capacidades del IoT.

La capacidad de convertir los datos del IoT en información procesable, para mejorar la excelencia operativa está ayudando a diferentes industrias a volverse más basadas-en-datos. Al mejorar el uso de activos, incrementar la eficiencia del proceso y aumentar la productividad, el IoT puede propiciar ahorros considerables para numerosas industrias. En la producción,

Contacto de Analistas:

Edin Imsirovic, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5740
Edin.Imsirovic@ambest.com

Sridhar Manyem, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5612
Sridhar.Manyem@ambest.com

Contribución:

Steve DeLosa

2018-128.7

aprovechar las redes inteligentes a lo largo de la cadena de valor para monitorear los productos y anticipar las fallas de la maquinaria resulta, en eficiencias operativas significativas. La capacidad de controlar la salud en tiempo real puede cambiar el enfoque de los proveedores de atención médica. Las empresas de servicios públicos, petróleo y gas se están volviendo más seguras y eficientes a través del monitoreo en tiempo real de tuberías y equipos. El IoT en la agricultura ayuda a generar menos desperdicio y mejora la productividad. La capacidad de monitorear y controlar los semáforos, puentes o carreteras, y detectar cambios en las condiciones estructurales puede llevar a una infraestructura más eficiente y segura.

Los beneficios del IoT se extienden a todas las industrias, lo que está impulsando a un número creciente de compañías a observar las formas en que puede aprovecharse en todas las operaciones, lo que se confirma en el crecimiento del pronóstico de mercado de IoT de International Data Corporation de una tasa compuesta de dos dígitos, para alcanzar los \$ 1.2 billones. en 2022.

El Internet de los Objetos en los Seguros

A medida que el mundo se conecta cada vez más, el riesgo asegurado también cambia fundamentalmente. La exposición al riesgo de un hogar inteligente es diferente a la de un hogar regular: las características preventivas, de seguridad y de comunicación en los productos inteligentes asegurados cambian el perfil de riesgo.

Los datos generados por este mundo interconectado ayudarán a las aseguradoras a comprender el riesgo a un nivel más profundo, permitiendo una mejor prevención de reclamaciones y personalización del producto. Si bien las oportunidades del IoT son importantes, éstas están acompañadas por riesgos para la sociedad y su infraestructura. En un mundo cada vez más conectado, los problemas de privacidad y seguridad cobrarán más importancia, lo que obligará a los responsables de estas políticas a redefinir los marcos regulatorios en medio de nuevas realidades económicas.

Los datos generados por el IoT permiten a las aseguradoras actuar más rápidamente y tomar decisiones poderosas basadas en datos que afectan la manera en que las empresas evalúan y fijan los precios de los riesgos, administran las reclamaciones e interactúan con los clientes. Enumeramos ejemplos de uso del IoT en el sector de seguros a continuación.

Daños

Suscripción y gestión de riesgos: una de las aplicaciones más avanzadas de IoT es la telemática, que ayuda a las compañías de seguros a fijar el precio de las pólizas, basándose en los perfiles de riesgo de los conductores individuales. La telemática puede capturar información cada vez más sofisticada sobre el comportamiento del conductor. A medida que los hogares se vuelven más inteligentes, la interacción entre varios dispositivos les dará a las aseguradoras una imagen más clara de los riesgos existentes, así como el comportamiento de los asegurados, lo que permitirá una evaluación más precisa de los riesgos. Estas interacciones también intensifican la complejidad del riesgo y obligará a las aseguradoras a poseer un conocimiento profundo de estas complejidades durante el proceso de seguro.

Reclamaciones: La información proporcionada por el sensor puede prevenir las reclamaciones modificando el comportamiento de los conductores, que pueden recibir alertas cuando se detectan patrones de conducción peligrosos. Además, los datos generados por el IoT antes de un accidente pueden llevar a una evaluación más precisa de las reclamaciones. Los sensores en el hogar pueden alertar a las compañías de seguros de fugas de agua, moho, inestabilidad estructural y otras condiciones peligrosas. El acceso a este tipo de información

puede cambiar el enfoque de la aseguradora hacia la prevención de reclamos. Adicionalmente, durante el proceso de reclamaciones, los datos generados por el IoT pueden ayudar a las compañías de seguros a comprender mejor la causa subyacente de la pérdida.

Interacción con el cliente: el IoT crea oportunidades para un mejor compromiso por parte del cliente, a través de comentarios e incentivos para fomentar una conducción más segura. También permite un proceso de reclamaciones transparente y eficiente a través de retroalimentación automatizada de imágenes y estadísticas de conducción entre el vehículo, el asegurado y el asegurador. Existen oportunidades similares para mejorar la interacción del cliente con el seguro de vivienda, ya que las aseguradoras se asocian en los esfuerzos de mitigación de riesgos y en el proceso de reclamaciones.

Vida y Salud

Fijación de precios y gestión de riesgos: los datos de dispositivos portables pueden utilizarse para determinar la condición de salud individual y colectiva de las poblaciones, lo que lleva a una fijación de precios más precisa y una mejor evaluación de riesgos. Además, los datos de la tecnología portable permiten la generación continua de perfiles de riesgo de los asegurados, además de hacer que asegurar a las personas que manejen adecuadamente las enfermedades crónicas que padecen, sea más factible.

Reclamaciones: tener acceso a datos de dispositivos portables brinda numerosas oportunidades para medidas preventivas, al monitorear los cambios en la condición de un asegurado antes de que ésta empeore.

Interacción con el cliente: ofrecer programas de recompensa a los asegurados que toman decisiones saludables sobre su estilo de vida puede modificar el comportamiento del consumidor, extendiendo y mejorando su calidad de vida.

Más Allá de los Precios, las Reclamaciones y la Interacción con el Cliente

El IoT también puede ayudar a las empresas a sobresalir a través de nuevas ofertas de servicios y nuevos productos, como los seguros basados en el uso. Además, a medida que los mundos físico y digital se fusionan, aumentará la necesidad de productos que aborden las nuevas exposiciones al riesgo, como la exposición en el ciberespacio. Las fuentes tradicionales de primas de la industria pueden estar bajo presión a medida que los niveles de riesgo disminuyen debido a la automatización y el monitoreo de riesgos.

Desafíos del IoT

Aunque el IoT puede beneficiar enormemente a la sociedad, el cambio a un mundo hiperconectado plantea algunas preguntas críticas y cierta incertidumbre sobre el futuro. Para aprovechar al máximo los beneficios del IoT, la industria deberá abordar los problemas relacionados con varios factores:

Privacidad: las aseguradoras, la industria, los reguladores y otras agencias institucionales de protección al consumidor deberán abordar los problemas de privacidad que surgen de los datos recopilados por miles de millones de dispositivos.

Seguridad: tener miles de millones de dispositivos conectados crea enormes problemas de seguridad, dado que los objetos cotidianos son vulnerables a la piratería. Por ejemplo, hackear un centro de control doméstico conectado podría proporcionar acceso a cualquiera de los dispositivos conectados del propietario, incluidos seguros de puertas, detectores de movimiento y sistemas de alarma.

Regulación: las regulaciones globales sobre privacidad y seguridad de los datos continúan evolucionando y pueden restringir la forma en que se recopilan y utilizan los datos del IoT.

Compatibilidad: superar los desafíos de compatibilidad del IoT es crucial para su adopción y comercialización a gran escala. En este punto, el IoT utiliza diferentes plataformas y marcos, lo que evita que muchos dispositivos diferentes se conecten entre sí.

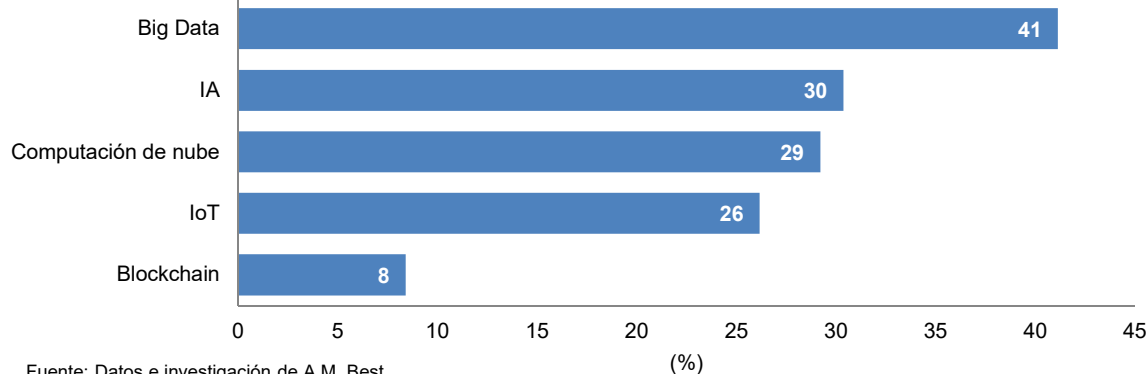
Tecnología: Para que IoT alcance su máximo potencial y realmente desdibuje el límite entre los mundos digital y físico, los precios de sensores, potencia de procesamiento, ancho de banda de la red y almacenamiento en la nube, tendrán que seguir disminuyendo.

Las Actitudes de las Aseguradoras Hacia el IoT Reflejan un Optimismo Cauteloso

El veintiséis por ciento de las aseguradoras en la encuesta (**Anexo 1**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado) creen que el IoT tendrá un impacto significativo en los próximos tres años, detrás del big data (41%), la Inteligencia Artificial (30 %) y la computación de nube (29%). Por un margen ligero, más aseguradoras de salud consideraron que el IoT tendría un impacto significativo (**Anexo 2**), que casi todas las demás aseguradoras en otros sectores; sin embargo, más de un cuarto de todos los encuestados pensaron que tendría un impacto significativo en los próximos tres años.

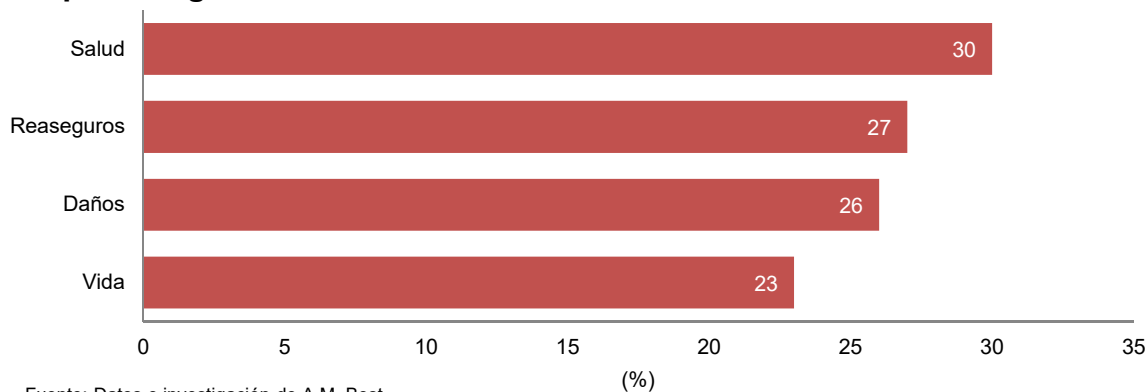
Anexo 1

Porcentaje de Encuestados Que Creen Que Estas Tecnologías Tendrán un Impacto Significativo



Anexo 2

Porcentaje de Encuestados por Sector Que Cree que El IoT Tendrá un Impacto Significativo



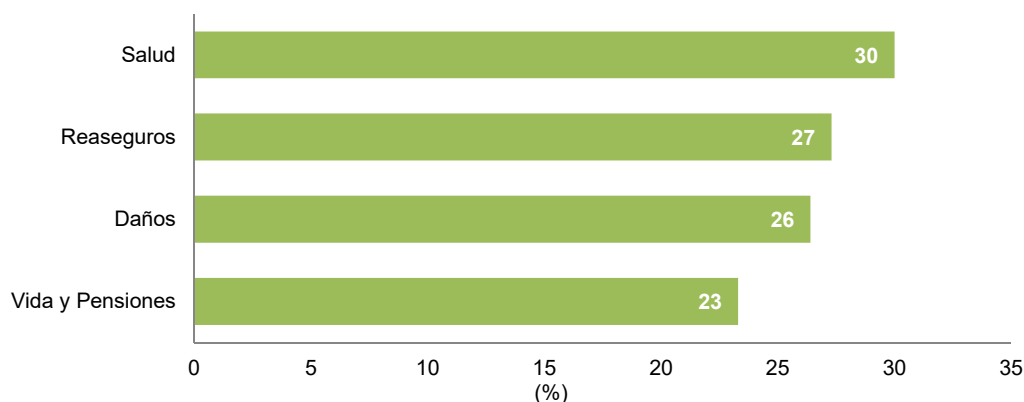
La adopción de tecnología, más extensa, importante y prolífica, parece ser por parte de la industria de seguros de salud, ya que el IoT ha producido algunos avances significativos en el sector. Los dispositivos de monitoreo remoto y de tele salud pueden monitorear y transmitir datos biométricos básicos, como el peso, los niveles de azúcar en la sangre, la frecuencia cardíaca y la presión arterial, esto, junto con el historial de información de otros pacientes, puede ayudar a médicos y enfermeras a tomar mejores decisiones de diagnóstico. En relación con lo anterior, Skype ofrece soluciones que utilizan Voz sobre Protocolos de Internet (VoIP, por sus siglas en inglés) para el diagnóstico. Todos estos productos y procesos innovadores pueden aumentar la eficiencia y ayudar a controlar los costos, sin comprometer la calidad, pero no están completamente maduros y deben contar con los protocolos de seguridad adecuados para los procesos y la privacidad del paciente.

Las aseguradoras de salud están por delante de sus competidores en otros sectores (30%), ya que reconocen la utilidad de la atención preventiva y el monitoreo, al expandir las formas en que los pacientes y otras partes interesadas rastrean su información y hábitos biométricos (**Anexo 3**).

El IoT ofrece beneficios similares para las aseguradoras de vida que están interesadas en aumentar la esperanza de vida de sus asegurados, y que entienden el riesgo éstos de una manera más matizada que antes. Todas las aseguradoras deben ser prudentes y utilizar niveles adicionales de validación, al capitalizar los resultados de los análisis mejorados, pues éstos evolucionan tan rápidamente como los riesgos de proceso, de modelo y los riesgos regulatorios.

Anexo 3

¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en IoT?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

Enfoque Tecnológico: Inteligencia Artificial, Aprendizaje Automático y Big Data

Los avances en las capacidades de la IA, junto con el Big data, brindan a las aseguradoras nuevas formas de medir, controlar y fijar precios de riesgos, así como de involucrarse con los clientes y mejorar la eficiencia.

La inteligencia artificial, el aprendizaje automático y el big data tienen una serie de aplicaciones de seguros superpuestas y relacionadas. En su forma más simple, la inteligencia artificial (IA) permite que una computadora imite el comportamiento humano. El aprendizaje automático se refiere a la capacidad de una computadora o máquina para aprender de los resultados de las tareas programadas. Por ejemplo, el sistema de reconocimiento de voz Siri, utiliza el aprendizaje automático además de otras técnicas para aprender los matices de la interacción y el reconocimiento de voz. Los ingenieros especializados en aprendizaje automático están encontrando nuevas formas de aplicar tanto la IA como el aprendizaje automático en diversos campos, incluidos los de salud, producción, energía, medios de comunicación, servicios financieros y organizaciones sin fines de lucro.

Diferentes enfoques del aprendizaje automático, como las redes neuronales artificiales, el aprendizaje profundo y el aprendizaje por refuerzo, son algunas de las técnicas más populares utilizadas para resolver una serie de problemas empresariales distintos. La utilidad de estas propuestas se ha visto aumentada por la disponibilidad, cada vez mayor, de grandes conjuntos de datos, a menudo denominados "big data", un término que ha evolucionado para describir la cantidad de información analizada, para obtener mejores resultados, mejoras comerciales y oportunidades que aprovechen todos los datos disponibles.

Uso de Inteligencia Artificial y Big Data en Seguros

Las aseguradoras han estado utilizando el análisis y los datos durante décadas, pero la digitalización del mundo está proporcionando a la industria nuevas fuentes de información, lo que permite a las empresas volver sus operaciones más basadas-en-datos. Los avances en las capacidades de la IA, junto con el big data, brindan nuevas formas para que las aseguradoras midan, controlen y fijen el precio de los riesgos, se involucren con los clientes y mejoren la eficiencia. Aunque la AI ya ha comenzado a tener un impacto tangible en los seguros, su uso actual es muy limitado en comparación con su potencial futuro. A continuación, se muestran algunos ejemplos del uso del big data la inteligencia artificial en seguros.

Suscripción

La explosión en la cantidad de datos disponibles de sus clientes, les da a los suscriptores de seguros acceso a aún más información sobre clientes potenciales, lo que resulta en una evaluación de riesgos más efectiva y eficiente. Por ejemplo, las aseguradoras de daños pueden usar técnicas de computación visual habilitadas para IA para analizar automáticamente imágenes aéreas y así detectar daños preexistentes en propiedades (como daños en el techo) u otros riesgos de responsabilidad. La computación visual también se ser útil en el riesgo de incendios forestales y el análisis de inundaciones. En el lado de vida y pensiones, Lapetus Solutions ha desarrollado un producto llamado Chronos, que utiliza la IA para recopilar información biométrica como edad, peso y hábitos como fumar, a partir una selfie. Los avances en IA y big data en la intersección con la computación de nube, los avances en el reconocimiento facial y la investigación estadística sobre la longevidad, son todas técnicas

Contacto de Analistas:

Edin Imsirovic, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5740
Edin.Imsirovic@ambest.com

Sridhar Manyem, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5612
Sridhar.Manyem@ambest.com

Contribución:

Steve DeLosa

2018-128.8

que pueden predecir en segundos las tasas de mortalidad, lo que solía tomarles un mes a las compañías de seguros de vida para consolidar a una póliza.

Reclamaciones/Detección de Fraude

El aprendizaje automático, combinado con el big data, puede usarse para detectar correlaciones y patrones, para descubrir reclamos fraudulentos. Además, la capacidad de la IA para analizar grandes conjuntos de datos de imágenes aéreas, inmediatamente después de una catástrofe, permite a las aseguradoras atender las áreas dañadas de manera más rápida y eficiente, al tiempo que mitigan el riesgo de fraude.

La capacidad de la IA para comprender, en su contexto, los objetos en las imágenes, se puede usar para analizar las fotos de los daños enviados por un asegurado, minimizando la necesidad de intervención humana. Por ejemplo, después de un accidente automovilístico, las fotos proporcionadas por el usuario pueden analizarse para determinar si el automóvil puede repararse o ser recuperado. Se pueden implementar otras eficiencias utilizando soluciones de IA que automatizan las funciones administrativas de reclamaciones o detectan reparaciones innecesarias.

Interacción con el Cliente

Los avances en inteligencia artificial han sido la fuerza motriz en la evolución de la interacción computadora-cliente, que en este momento se presenta en forma de chatbots. Los chatbots no solo brindan comodidad y facilidad de uso para los consumidores, sino que también benefician a las aseguradoras al reducir costos, con interacciones automatizadas dirigidas a los clientes, como la incorporación de nuevos clientes y el procesamiento de reclamaciones.

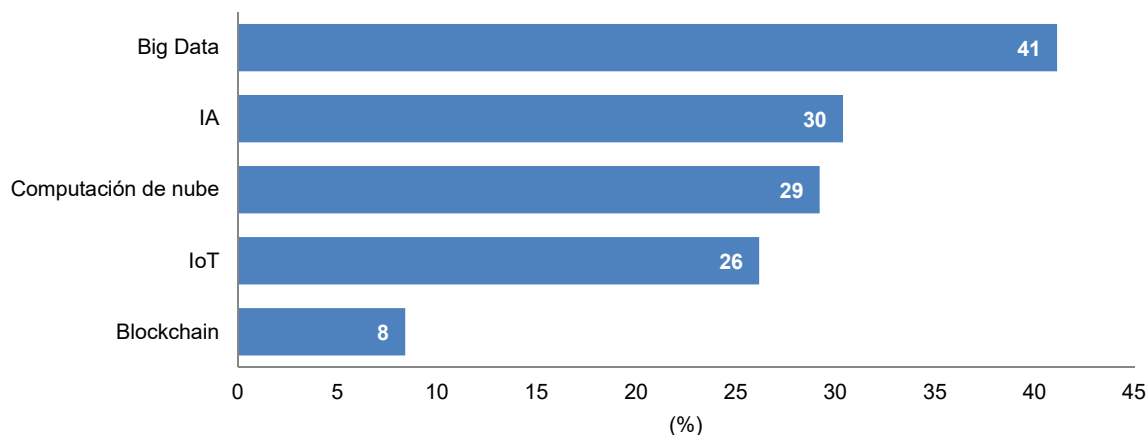
Las aseguradoras pueden usar el big data para crear perfiles únicos de clientes, lo que permite la creación de ofertas personalizadas basadas en preferencias individuales y datos de comportamiento. Una comprensión más detallada de los clientes puede facilitar oportunidades de cross-selling, aumentar la retención y mejorar la experiencia del cliente.

Otros beneficios

Se puede implementar una gran cantidad de eficiencias habilitadas para la IA en áreas operativas como la administración de pólizas y el cumplimiento normativo. La capacidad de

Anexo 1

Porcentaje de Encuestados Que Creen Que Estas Tecnologías Tendrán un Impacto Significativo



la IA para automatizar tareas cada vez más complejas tiene el potencial de reducir errores y aumentar la eficiencia y el trabajo humano.

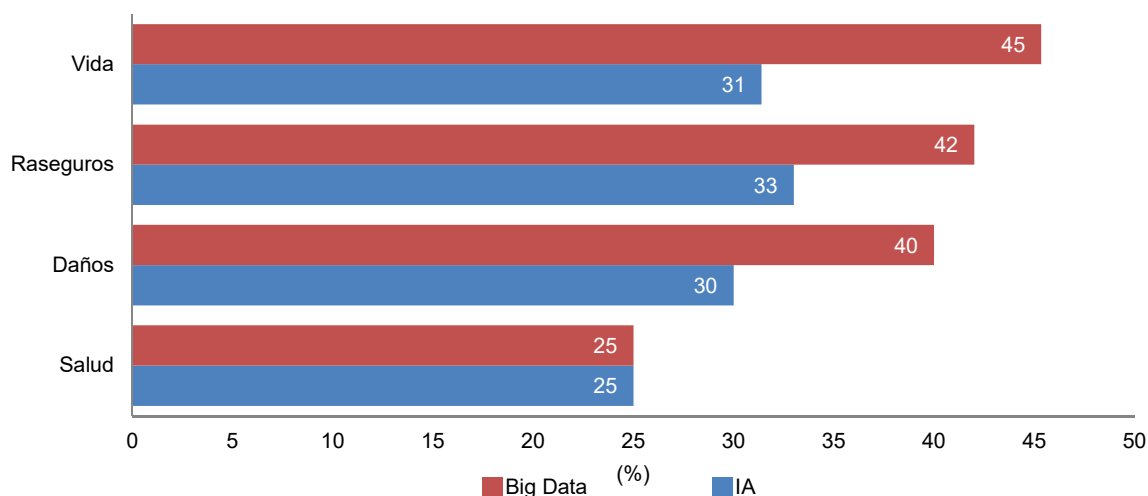
Las Aseguradoras Creen en la Promesa de la Inteligencia Artificial y el Big Data

Las aseguradoras parecen ser más optimistas sobre las perspectivas del big data y el aprendizaje automático/IA frente a otras tecnologías, y nuestra encuesta refleja ese sentimiento (**Anexo 1** y **Anexo 2**; tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado).

El aprendizaje automático y el big data ya se están utilizando en el modelado predictivo. En líneas como la compensación de trabajadores y automóvil, el uso de modelos predictivos ya prevalece, y el big data y el aprendizaje automático pueden utilizarse para mejorar estos modelos y así ayudar a las aseguradoras a tomar mejores decisiones sobre suscripción,

Anexo 2

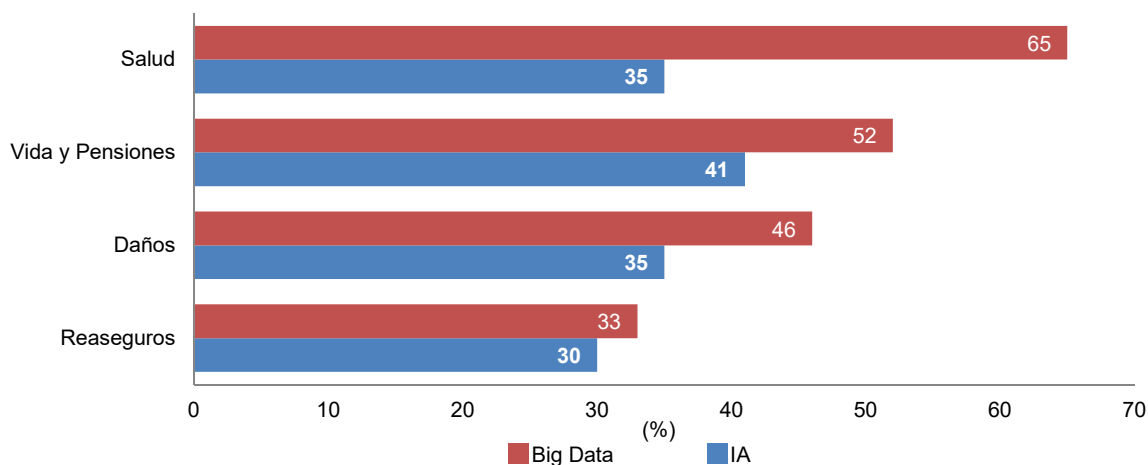
Porcentaje de Encuestados por Sector Que Cree que el Big Data/IA Tendrán un Impacto Significativo



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 3

¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en Big Data/IA?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

segmentación de riesgos, precios y prevención de fraude. Estas técnicas también encuentran un uso natural en la suscripción de seguros de vida y salud. Entre las opciones de IA, big data, computación de nube y blockchain, la mayoría de los aseguradores de vida dijeron que el big data tendría el impacto más significativo, por ejemplo, generando cotizaciones para seguros de vida basados en información biométrica auto-compilada.

Todos los sectores de seguros pueden usar el aprendizaje automático/IA y el big data para mejorar su top line (para que su estrategia de marketing llegue a los clientes correctos, asociándose con agentes y canales de distribución), precios y resultados finales, incluyendo la eficiencia en los gastos (prevención de fraudes, uso de análisis predictivo para la suscripción y gestión de riesgos). Esto se refleja en el significativo número de aseguradoras en todos los sectores que han invertido en big data e inteligencia artificial (**Anexo 3**).

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

**La innovación
puede
proporcionar
el impulso
necesario a
la cobertura
de seguros en
los mercados
emergentes.**

Aseguradoras de Mercados Emergentes Dan un Alto Valor a la Innovación

Un enfoque continuo en la innovación es primordial para mantenerse competitivo en un mercado en constante cambio. La industria de los seguros es a menudo considerada como rezagada en la innovación. En agosto de 2018, A.M. Best encuestó al universo de compañías que califica, para obtener una mejor lectura del estado de la innovación en la industria. Este informe describe algunas diferencias notables basadas en las respuestas de las aseguradoras en 26 mercados emergentes y 22 mercados desarrollados. Para referencia, A.M. Best evalúa e incorpora el riesgo país en todas sus calificaciones crediticias, capturando los factores específicos de un país que podrían afectar adversamente la capacidad de una aseguradora que opera en ese país para cumplir con sus obligaciones financieras. A cada país se le asigna un Nivel de riesgo de país (CRT, por sus siglas en inglés), que varía de CRT-1 a CRT-5. A los efectos de este informe, A.M. Best considera a los países CRT1-2 como “desarrollados” y CRT 3-5 como “emergentes”.

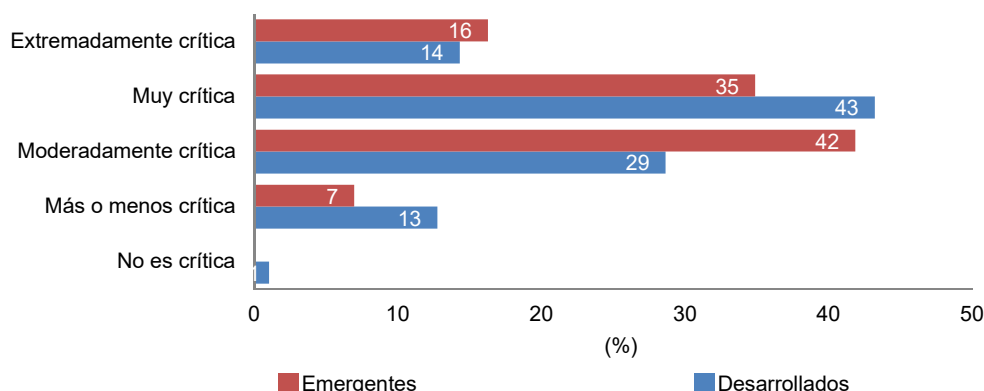
El Panorama de la Innovación

Las aseguradoras en las economías emergentes se ven obligadas a innovar más, ya que no pueden imitar los modelos exitosos en las economías desarrolladas debido a las diferencias en la distribución, las necesidades de los clientes y la economía subyacente. Tienen que desarrollar productos y crear canales de distribución y estrategias de precios que sean exclusivas de sus economías, por lo que la innovación es fundamental para las aseguradoras en los mercados emergentes. Para las aseguradoras en economías desarrolladas, la innovación es un medio para mantenerse relevante; para las aseguradoras de las economías emergentes, es un medio para mantenerse vivo. Por lo tanto, el 93% de las aseguradoras en las economías emergentes sentían que la innovación era de moderada a extremadamente crítica, en comparación con el 86% de las aseguradoras en las economías desarrolladas (**Anexo 1**).

Las aseguradoras con base en mercados emergentes son un poco más optimistas sobre la adopción e implementación de la innovación por parte de la industria (**Anexo 2**). Los

Anexo 1

¿Qué Tan Crítica es la Innovación Para el Éxito de Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Contacto de Analistas:

Rishwinder Grewal, London
+44-20-7-397-0321
Rishwinder.Grewal@ambest.com

Jason Hopper, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5016
Jason.Hopper@ambest.com

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

Contribución:

Steven DeLosa

2018-128.12

¿Qué Es Innovación?

A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten a la organización mantenerse relevante y exitosa. Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, pueden ser desarrollados o adoptados orgánicamente desde fuentes externas.

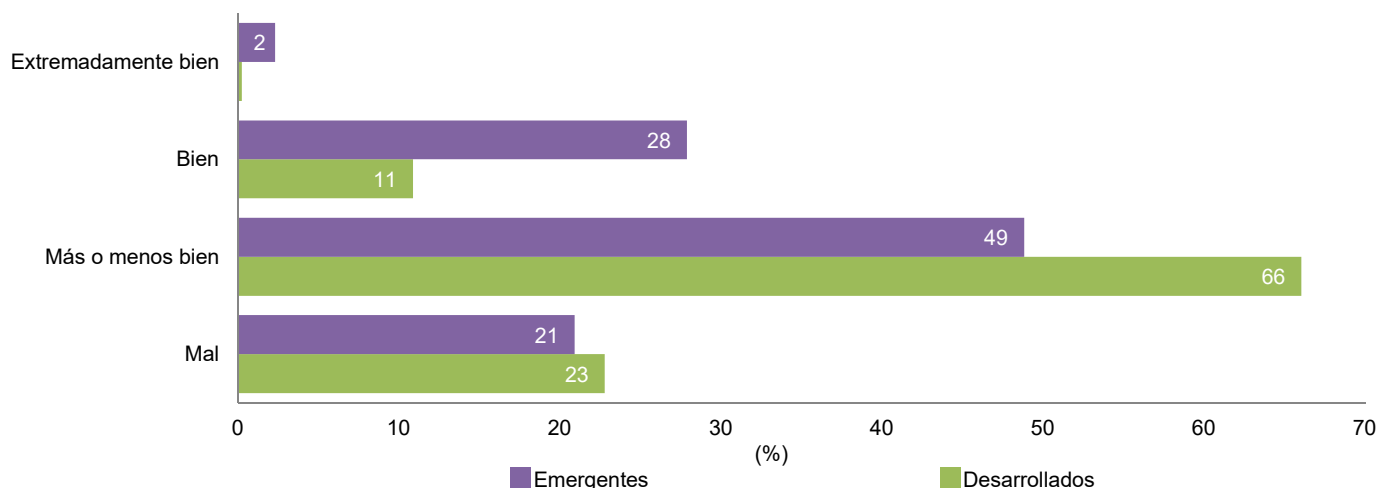
mercados de seguros en las economías emergentes son menos maduros que, si no muy diferentes a, los mercados en las economías desarrolladas. Por lo tanto, las aseguradoras en economías emergentes deben crear productos innovadores, canales de distribución y precios únicos para sus regiones, dado que los modelos que funcionaron bien en las economías desarrolladas pueden no ser directamente aplicables en las emergentes.

Además, mientras que las aseguradoras en los mercados desarrollados ven la innovación con la mira puesta en las grandes empresas de tecnología y en el mercado financiero global más amplio, las de los mercados emergentes se compararán con los actores regionales en lugar de hacerlo a escala global. Entonces, lo que puede ser un curso de acción relativamente normal para una aseguradora en un mercado desarrollado, podría ser una vez para una aseguradora en un mercado emergente.

Estas diferencias se extienden al nivel de madurez de los procesos innovadores de las organizaciones, ya que casi la mitad de las aseguradoras que operan en mercados emergentes aún se encuentran en las primeras etapas de desarrollo, mientras que el porcentaje de empresas en mercados desarrollados que ya han tenido un lanzamiento exitoso (determinado por impacto) es casi el doble que aquellos que operan en mercados emergentes (**Anexo 3**). Además, casi las tres cuartas partes de las aseguradoras que operan en mercados desarrollados han introducido, en los últimos tres años, productos, procesos y servicios, nuevos o significativamente mejorados, o un nuevo modelo de negocios que esperan tenga un impacto medible en el tiempo; esto mismo puede decirse de poco más de la mitad de las aseguradoras en los mercados emergentes.

Anexo 2

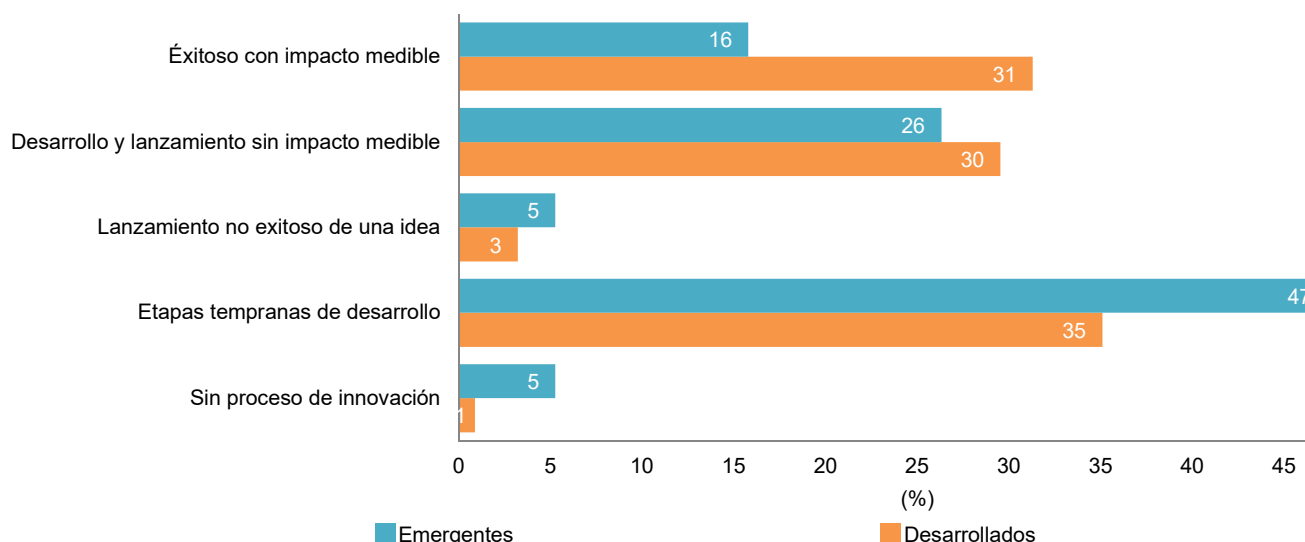
¿Qué Tan Bien Ha Adoptado e Implementado la Industria de Seguros la Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 3

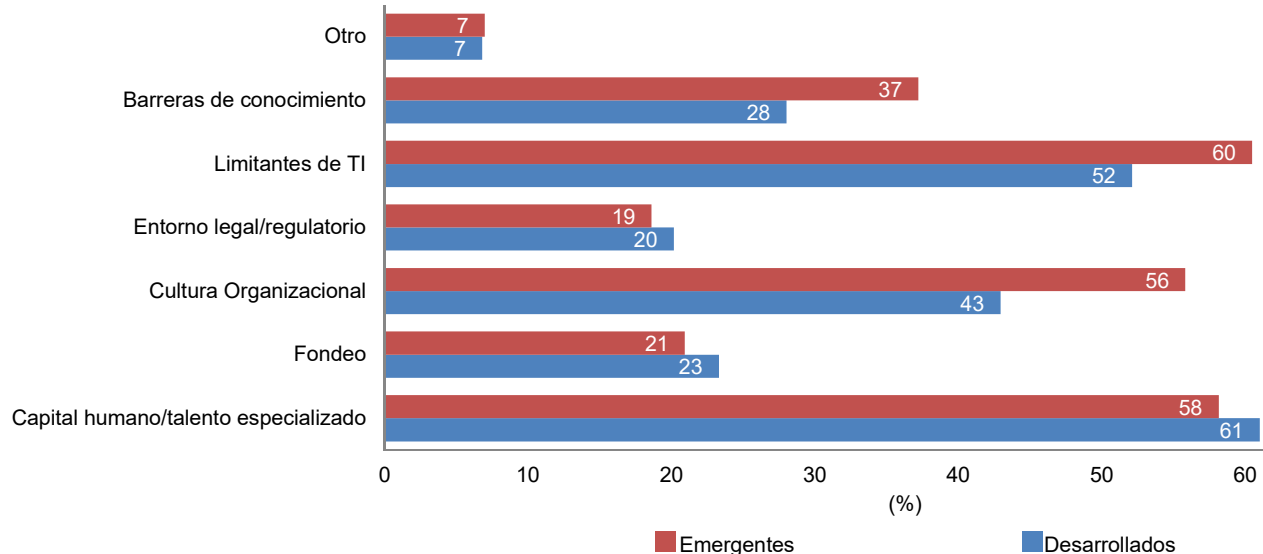
¿Cómo Describiría el Nivel de Madurez del Proceso de Innovación de Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Anexo 4

¿Qué Percibe o Percibió Su Organización como los Mayores Desafíos para Desarrollar el Proceso de Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

La Brecha de los Mercados Emergentes: Desafíos y Recompensas

Las aseguradoras en los mercados emergentes tienen un importante potencial sin explotar, dado el bajo nivel de penetración de los seguros. Sin embargo, las aseguradoras que operan en estos mercados creen que tienen mayores obstáculos que superar al desarrollar un proceso de innovación, que sus contrapartes en los mercados desarrollados (**Anexo 4**). Los tres principales desafíos de innovación son similares, independientemente de los mercados emergentes o desarrollados. Las aseguradoras indican que el capital humano o el talento,

la cultura organizacional y las limitantes de TI son los tres mayores desafíos. Las grandes aseguradoras en mercados desarrollados con economías de escala tienen un mayor acceso a asociaciones con compañías de tecnología, así como más capital para invertir en tecnología o nuevas empresas y para contratar talento; las aseguradoras en mercados emergentes podrían no tenerlo.

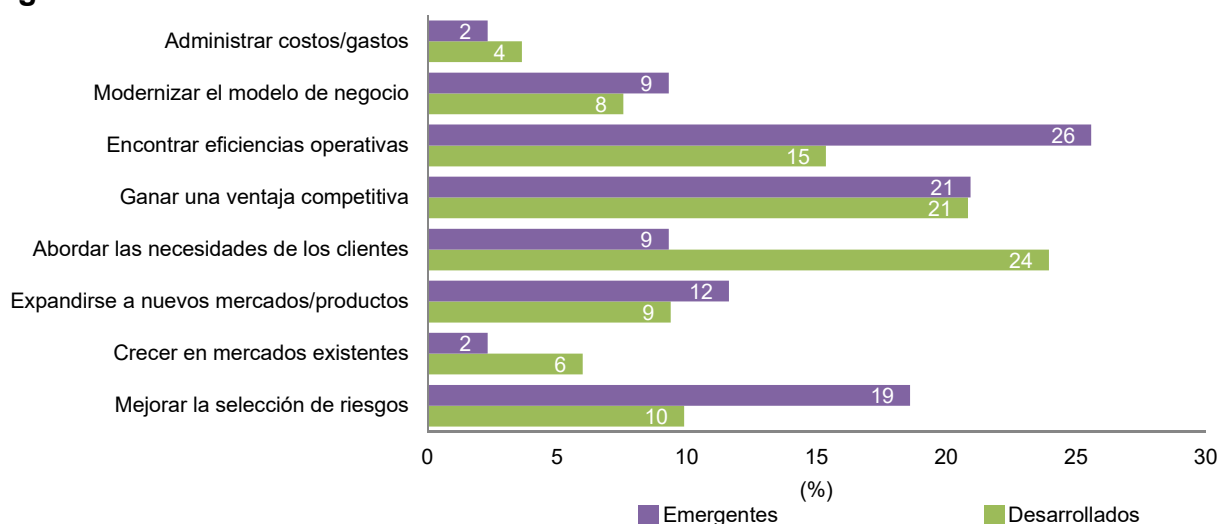
Las aseguradoras ofrecen diferentes razones por las que la innovación es importante para éstas, según el lugar donde operen. Las que operan en mercados emergentes están más enfocadas en lograr eficiencias operativas porque pueden no tener la misma economía de escala que las aseguradoras en los mercados desarrollados. También están enfocadas en mejorar la selección de riesgos, mientras que las aseguradoras que hacen negocios en mercados desarrollados están muy enfocadas en atender las necesidades de los clientes, lo que ha sido una fuerza impulsora detrás del aumento en el análisis de datos en los mercados de esas zonas geográficas (**Anexo 5**). La capacidad de mejorar las eficiencias operativas a través de la innovación será una fuente clave de creación de valor si las aseguradoras de mercados emergentes pueden mejorar las eficiencias a través de la innovación.

Para las aseguradoras que operan en economías emergentes, la selección de riesgos no ha sido históricamente tan sofisticada como lo es en economías desarrolladas. En los mercados emergentes, el nivel de datos disponibles varía significativamente según el mercado y la línea de productos. La selección de riesgos podría mejorarse mediante tecnologías innovadoras como el big data y la inteligencia artificial, pero las empresas también necesitarían tener experiencia interna para poder tomar decisiones informadas sobre los riesgos, dado que las mejoras en la tecnología por sí solas no necesariamente equivalen a una mejor selección de riesgos.

Además, la mayoría de las aseguradoras de mercados emergentes simplemente no cuenta con los recursos humanos y financieros para invertir en estas tecnologías. Y para aquellas empresas que pueden permitirse comprar soluciones innovadoras, la base de conocimientos para ejecutar y mantener estos sistemas no está necesariamente disponible. El capital humano puede incorporarse al negocio a través de consultorías o reaseguradoras con base en mercados

Anexo 5

¿Cuál Es la Razón Principal por la que la Innovación es Importante para Su Organización?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

desarrollados, pero esto siempre tiene un alto costo, por lo que algunas empresas podrían considerar que la inversión en algunas tecnologías e ideas innovadoras no vale la pena.

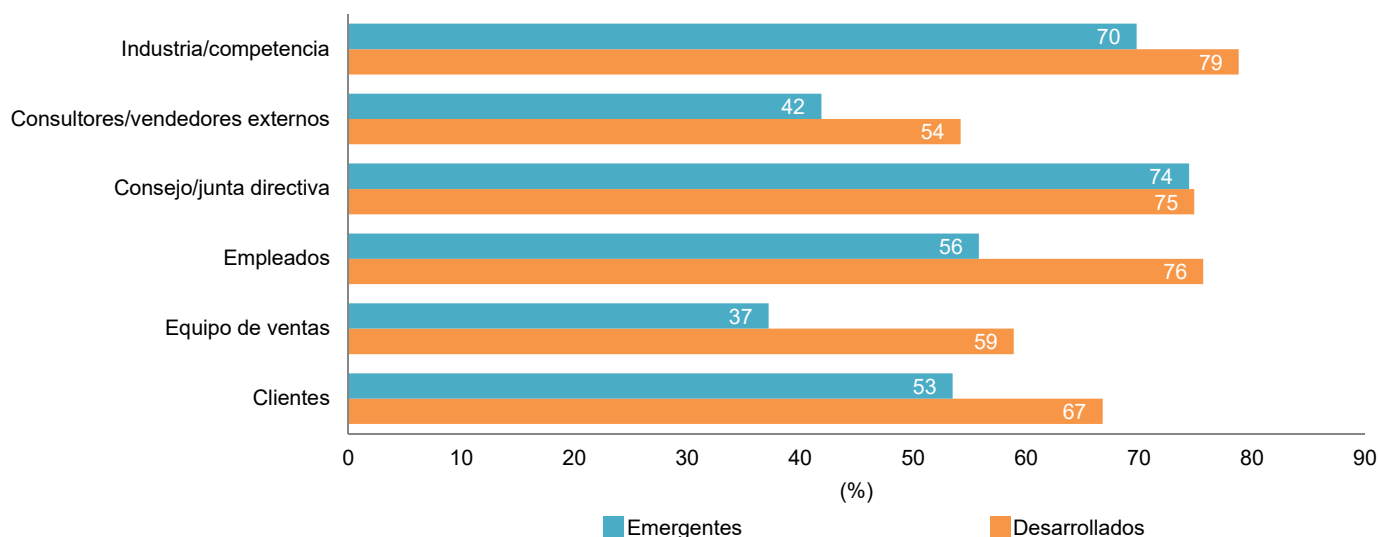
Las aseguradoras primarias en mercados emergentes generalmente tienen una base de clientes con ingresos más bajos, lo que invariablemente conduce a cierta presión sobre las tasas de primas, con márgenes delgados exacerbados por ineficiencias operativas, lo que contribuye a obtener una ventaja competitiva. Las empresas que innoven y controlen sus costos podrán competir de manera más efectiva en el mercado. Una forma de caracterizar los mercados emergentes es a través de una clase media en crecimiento, muchos de sus miembros sin haber tenido pólizas de seguro de líneas personales en su vida. La ventaja competitiva obtenida de la innovación permitiría a las aseguradoras capturar a esta población creciente. Las aseguradoras todavía necesitarían generar confianza en el consumidor, crear productos simples y aumentar la presencia de la marca para aprovechar las ofertas de innovación en técnicas mejoradas, de manera similar a las aseguradoras que operan en países desarrollados (**Anexo 6**).

La innovación no solo se trata de tecnología. Los mercados emergentes están buscando formas innovadoras de cubrir riesgos, como el aumento en la frecuencia de las inundaciones, las pérdidas agrícolas y la asistencia sanitaria. Las asociaciones público-privadas pueden proporcionar formas innovadoras de cubrir estos riesgos. Por ejemplo, en su informe anual de 2017, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) mencionó su asociación con APA Insurance en Kenia para desarrollar un producto de seguro basado en índices para proteger a los productores de té contra eventos relacionados con el clima.

En agosto de 2017, Filipinas estableció el primer programa de seguro contra riesgos catastróficos de su tipo a través del Banco Mundial, que ofrece a las 25 provincias más de 100 millones de dólares en cobertura de seguro contra tifones de gran magnitud, combinando el riesgo y transfiriéndolo a los mercados privados de reaseguros. Bajo este programa, la agencia de seguros propiedad del gobierno, Government Service Insurance System, proporcionará un seguro contra riesgos catastróficos tanto para el gobierno nacional como para las 25 provincias participantes. El Banco Mundial servirá como intermediario, transfiriendo el riesgo de la

Anexo 6

¿Su Compañía Identifica Oportunidades de Innovación?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

agencia a un panel de reaseguradoras internacionales: Nephila, Swiss Re, Munich Re a través de su subsidiaria NewRe, Axa y Hannover Re.

Falta Invertir en Innovación

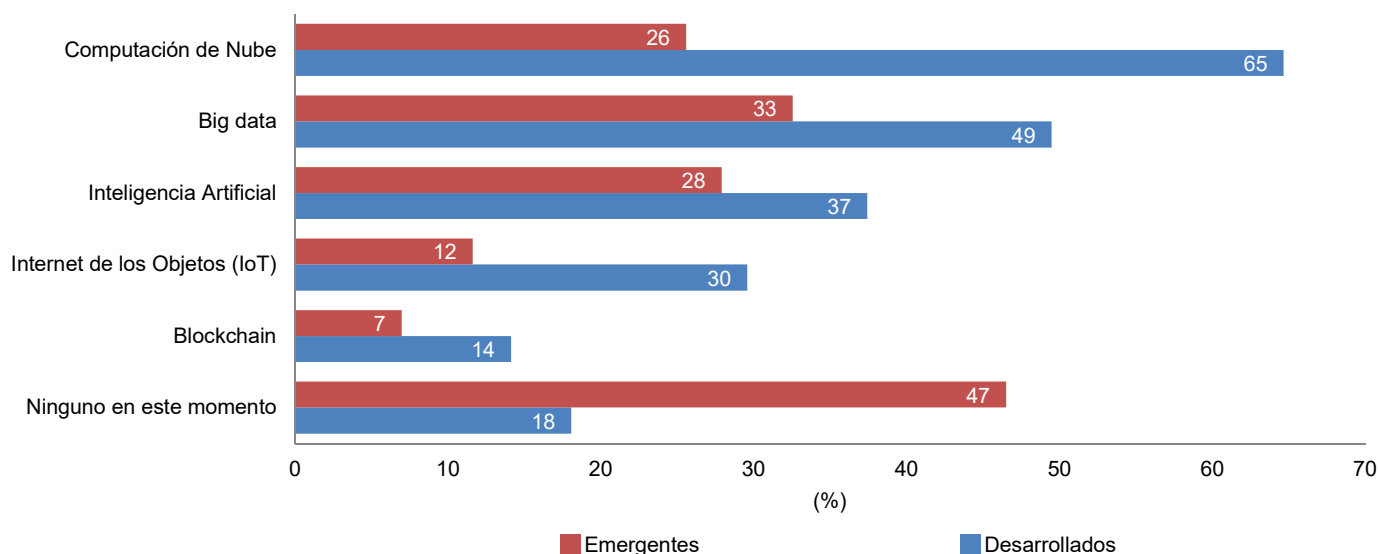
A la luz de estos obstáculos y el panorama operativo, no es una completa sorpresa que casi la mitad de las compañías de seguros que hacen negocios en mercados emergentes no han invertido, ni planean invertir, en ninguna tecnología nueva a corto plazo. (**Anexo 7**). Si bien las aseguradoras de mercados emergentes son conscientes de los beneficios de la innovación, dudan en invertir debido a las limitantes percibidas sobre los sistemas de TI y las estructuras organizativas. De los que sí invierten, un tercio está invirtiendo en big data, mientras que aproximadamente una cuarta parte está invirtiendo en inteligencia artificial y computación de nube.

Las aseguradoras en mercados emergentes están tratando de llegar a una gran población con valores de póliza que tienden a ser bastante bajos. Las soluciones innovadoras, incluidos los nuevos métodos de distribución, como las aplicaciones para teléfonos móviles, los ayudan a llegar a los clientes, a vincular políticas y a pagar reclamaciones.

La innovación tecnológica podría transformar la industria de seguros en economías emergentes, abriendo el camino a nuevos modelos de negocios, con big data e IA desempeñando papeles clave. La forma en que las empresas responden y se adaptan a la innovación económica y tecnológica podría determinar cuán exitosamente capitalizan las oportunidades en estas economías.

Anexo 7

¿Su Compañía Ha Invertido, o Está Planeando Invertir, en Alguno de los Siguietes?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

Las regulaciones podrían jugar un rol importante en el fomento a la innovación, así como en el establecimiento de las reglas del juego.

Los Reguladores Buscan Mantenerse al Día con la Innovación

La innovación ha sido un factor presente en la industria de seguros desde sus inicios y continúa en la actualidad, aunque de manera más crítica que nunca. Los productos y servicios que ofrecen las aseguradoras han evolucionado a la par del paisaje. Por ejemplo, los padres fundadores del seguro no hubieran imaginado que una organización podría comprar un seguro para cubrir el riesgo de que un golfista talentoso o afortunado haga un hoyo en uno. Los productos que cubren el riesgo cibernético o de inundación, son ejemplos más tradicionales de la voluntad de la industria para innovar.

La tecnología ahora permite transportar personas y mercancías en vehículos sin conductor. Los drones son utilizados como mecanismo de entrega de productos y evaluación de propiedades desde arriba. Estas herramientas crean riesgos que no se previeron hace solo una generación. Tanto los vehículos sin conductor como los drones pretenden incrementar la comodidad para los consumidores y las empresas, pero presentan numerosos riesgos con respecto a la seguridad de los datos y los procesos o las colisiones con aviones y/o automóviles.

Los cambios en la tecnología también pueden transformar el terreno de juego, ya que los nuevos competidores, externos a la industria, empujan a los competidores tradicionales. Por ejemplo, Amazon, que ya ha irrumpido en la industria de venta minorista, ha formado una empresa de salud conjunta sin fines de lucro con JPMorganChase y Berkshire Hathaway para brindar mejor atención médica a sus empleados. Las lecciones aprendidas de este esfuerzo podrían resultar críticas para la forma en que se suscriben, cotizan y regulan los seguros de salud.

La Supervisión Regulatoria Podría Imponer Disciplina

La industria de seguros ha evolucionado, pero lo ha hecho lentamente. Las regulaciones, que conllevan requisitos de capital, reglas de cumplimiento y dificultades para obtener licencias para operar, se encontraban entre las ventajas competitivas de un asegurador establecido, ya que los nuevos operadores a menudo se mostraban reacios y lentos para ingresar al mercado.

Las regulaciones pueden desempeñar un papel importante para fomentar la innovación y establecer reglas básicas para que las aseguradoras tengan el capital suficiente para afrontar los riesgos que asumen y así operen de manera que no se genere un riesgo sistémico debido a la toma de riesgos indebida. Las regulaciones también pueden garantizar que, a medida que las aseguradoras acumulan grandes cantidades de información sobre sus asegurados, éstas mantengan la protección y seguridad suficientes para evitar comprometer información personal vital. Además, las regulaciones pueden ayudar a garantizar que la información

Contacto de Analistas:

Sridhar Manyam, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Ext. 5612
Sridhar.Manyam@ambest.com

Contribución:

Paul Brown

2018-128.9

Grupo de Trabajo de Innovación de la Asociación Nacional de Comisionados de Seguros

De acuerdo con el Grupo de Trabajo de Innovación y Tecnología (EX) de la Asociación Nacional de Comisionados de Seguros (NAIC, por sus siglas en inglés), desde una perspectiva regulatoria, la mayoría de los estados se consideran “trabajos en progreso”, con algunos “no listos” y solo algunos “listos” para abordar completamente los problemas de innovación. La NAIC puede mirar a aquellos estados que están más adelante en el juego como una fuente para desarrollar mejores prácticas y guías de modelos.

personal y las variables utilizadas para una suscripción precisa, no discriminen o se encuentren en conflicto con las leyes jurisdiccionales establecidas.

En todo el mundo, las naciones o grupos de naciones, como la Unión Europea y la Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEAN, por sus siglas en inglés), podrían operar de manera diferente. En esta sección, analizamos cómo se están abordando los esfuerzos centrados en la innovación en la industria de seguros en todo el mundo.

La Innovación en el Arenero

En Estados Unidos, además de las leyes y regulaciones federales, cada estado tiene su propio conjunto de reglas que deben cumplir los aseguradores. Para promover la innovación, algunas agencias estatales están alentando a los innovadores a operar en una especie de “caja de arena regulatoria”. La División de Seguros de Iowa (IID, por sus siglas en inglés), por ejemplo, ha desarrollado un programa que alienta a los innovadores de la industria de seguros a hacer preguntas a IID sobre cómo podrían entrar en juego las regulaciones de seguros a medida que se introducen nuevas ideas en el mercado. La nueva tecnología, así como los nuevos usos de la tecnología existente, permiten a las aseguradoras crear nuevos productos, servicios y métodos de entrega, generalmente siguiendo un enfoque orientado al consumidor. Es importante que los reguladores como el IID proporcionen una hoja de ruta para mantener a los innovadores en el buen camino. Los centros de innovación como Hartford InsurTech Hub, en Connecticut, reúnen un gran grupo de talentos tanto de start-ups como de aseguradoras existentes, lo que a menudo genera la creación de programas piloto y nuevos conceptos.

Sin embargo, en el otro lado de la moneda, la Superintendente del Departamento de Servicios Financieros del Estado de Nueva York, Maria Vullo, comentando sobre el respaldo del Departamento del Tesoro a las “cajas de arena regulatorias” para las empresas de tecnología financiera, o fintechs, dijo lo siguiente:

“El Departamento de Servicios Financieros del Estado de Nueva York se opone ferozmente al respaldo del Departamento del Tesoro a las “cajas de arena regulatorias” para las empresas de tecnología financiera. La idea de que la innovación florecerá solo al permitir que las compañías evadan las leyes que protegen a los consumidores, y que también salvaguardan los mercados y mitigan el riesgo para la industria de servicios financieros, es absurda. Los niños pequeños juegan en cajas de arena. Los adultos juegan por las reglas.”

Las ideas que parecen estar ganando la mayor tracción son aquellas que se centran en mejorar la experiencia general de los usuarios finales, al agilizar las transacciones, simplificar la revisión de documentos largos o crear herramientas de comunicación para reducir el tiempo de procesamiento, por ejemplo. Conceptos como el blockchain, o los dispositivos portátiles, vehículos autónomos y el IoT han recibido la mayor atención, pero productos menos publicitados como RiskGenius (que permite la revisión electrónica de documentos para inclusiones y exclusiones específicas) han estado abriéndose camino en la industria de seguros. RiskGenius también cuenta con un sistema de mensajería incorporado.

Los resultados de nuestra encuesta sobre innovación confirman que un mejor uso de los datos es lo más importante para muchas aseguradoras. En su presentación a la NAIC, States Title, Inc., demostró cómo utiliza el análisis predictivo al suscribir el seguro de títulos, con un ahorro de aproximadamente tres a cinco semanas del tiempo de procesamiento. States Title está trabajando actualmente con reguladores de seguros en Illinois y Arizona para afinar sus productos.

El grupo de trabajo de NAIC también señaló otros ejemplos. Hippo, una compañía de seguros para propietarios de viviendas con sede en Texas, está emitiendo seguros a razón de miles de pólizas por

mes en nueve estados. Según Hippo, los consumidores pueden comprar una póliza de propiedad de vivienda, basada en datos de terceros verificables, en menos de cinco minutos. Hippo señala que los consumidores en 2018 esperan que comprar un seguro sea tan fácil como usar Google o Amazon.

En lo que respecta a la atención médica, Quest Analytics ha desarrollado herramientas de adecuación de red, actualmente en uso por cerca de 300 planes, y que han sido adoptadas o están en proceso de ser adoptadas por los reguladores estatales de seguros en California, Nueva York y otros lugares. La automatización es vista como la clave para monitorear apropiadamente la adecuación de una red. Quest toma nota del impulso para obtener más datos e información más precisa en todo el sector de atención médica. Además, señala que los reguladores están más enfocados en la adecuación de la red, ya sea que haya un número suficiente de proveedores para elegir, y la precisión de la facturación.

El Big Data es Toda Una Situación

Nuestra encuesta de innovación encuentra que las aseguradoras tienden a estar mucho más enfocadas en mejorar los datos y los análisis. Consistente con el enfoque de la industria de seguros, el grupo de trabajo incluye a Big Data (EX) Working Group, que se distingue por haber abordado el creciente uso de la suscripción automatizada, la necesidad de una guía consistente en todas las jurisdicciones al revisar los modelos predictivos, la disponibilidad de recursos de la NAIC al revisar los modelos de pronósticos, pues casi todos los estados están solicitando asistencia de NAIC en este empeño, y el éxito (o fracaso) de las protecciones legales de confidencialidad, ya que los estados comparten información de modelos predictivos. Se espera que la NAIC continúe e incluso amplíe su papel de liderazgo a medida que las tecnologías emergentes se transforman en herramientas cotidianas.

La Innovación en los Seguros Alrededor del Mundo

La innovación centrada en los seguros sigue teniendo lugar en todo el mundo; a continuación, exploramos lo que esto significa desde una perspectiva regulatoria en algunas jurisdicciones extranjeras.

Australia: ASIC y APRA

La Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC, por sus siglas en inglés), un regulador integrado de empresas, mercados, servicios financieros y crédito al consumo, creó un Centro de Innovación en 2015 para alentar a las empresas de tecnología financiera a innovar y proporcionar recursos para responder a las preguntas que las empresas podrían tener. ASIC también guía a las nuevas empresas con respecto a cuestiones regulatorias, lo que reduce el tiempo y los costos asociados con la solicitud de licencias o asistencia legal. La organización ha desarrollado un marco regulatorio para alentar a los innovadores a probar nuevos productos y servicios por hasta 12 meses sin necesidad de adquirir una licencia.

ASIC y sus diversos grupos de trabajo brindan apoyo regulatorio y orientación para la industria de los seguros, ya que la innovación (incluidos robo-advisor, los préstamos del mercado digital, la financiación colectiva de capital y la cadena de bloques) continúa a buen ritmo.

La Autoridad de Regulación Prudencial de Australia (APRA, por sus siglas en inglés), que tiene autoridad de supervisión sobre las aseguradoras, también educa y guía a los innovadores, pero con un enfoque distinto. El nivel de su participación con respecto a las nuevas tecnologías varía según el nivel de riesgo. APRA pretende utilizar un marco basado en principios que no favorezca ninguna tecnología particular o modelo de negocio específico.

Europa: EIOPA

La Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación (EIOPA, por sus siglas en inglés) celebró una mesa redonda de insurtech en 2017, para aprovechar el pensamiento innovador

sobre cómo las tendencias digitales están cambiando la cadena de valor de los seguros. Las inmersiones profundas en datos sólidos son valiosas para las aseguradoras desde la perspectiva tanto de la personalización del producto como de la competencia. Además de las start-ups que han diseñado herramientas eficientes e innovadoras, la competencia proviene de lugares inesperados. Compañías como Amazon, Apple y Facebook pueden tener más datos sobre individuos que las aseguradoras o cualquier otro negocio. Ya hemos visto a Amazon formar una empresa conjunta en el sector de atención médica con JPMorganChase y Berkshire Hathaway. Por el momento, Amazon no está regulada como aseguradora, pero aún queda por ver qué significará la propiedad de los datos para la industria, para los consumidores y para los reguladores.

EIOPA resumió la importancia de los grandes datos para las aseguradoras:

En lo que respecta a la suscripción de seguros y la fijación de precios, el uso de los procesos de big data en los seguros permite una segmentación de riesgos más granular, aumenta la eficacia de la identificación de riesgos y también permite una fijación de precios más sensible al riesgo. Esto facilita la reducción de los costos de suscripción y la incertidumbre, y proporciona una mayor capacidad de recuperación en el proceso de suscripción.

EIOPA, la Autoridad Bancaria Europea (EBA, por sus siglas en inglés), y la Autoridad Europea de Valores y Mercados (AEVM, también por sus siglas en inglés) forman parte de las Autoridades de Supervisión Europeas (ESA, por sus siglas en inglés). La función principal de las ESA es monitorear los riesgos emergentes para los consumidores y las instituciones financieras y adoptar, según sea necesario, regulaciones que protejan a los consumidores y la seguridad y solidez de los mercados. Las ESA han prestado especial atención al creciente uso del big data. Si bien el big data generalmente se considera positivo, los indicadores de precaución se han elevado con respecto a la precisión de esos datos, ya que los datos inexactos podrían llevar a decisiones erróneas. Sin embargo, las ESA creen que la implementación del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR, por sus siglas en inglés) en Europa ayudará a mitigar estos riesgos, de manera similar a la Ley Modelo de Seguridad de Datos de Seguros de NAIC, que fue adoptada en octubre de 2017.

Los reguladores también han expresado su preocupación de que la personalización basada en el uso de big data podría afectar la disponibilidad, la asequibilidad y el precio de los productos y servicios. Algunos recomiendan una mayor transparencia para los consumidores acerca de cómo el big data los afecta, mientras que otros apuntan a incrementos en el riesgo cibernético. Desde una perspectiva regulatoria, algunos creen que el marco regulatorio y de supervisión actual es suficiente con respecto al big data, mientras que otros sugieren que una mayor orientación sería útil, en particular a medida que la definición del big data continúa evolucionando.

Bermuda: Marco Legislativo para Promover la Innovación

La Ley de Enmienda de Seguros de 2018 aprobada en Bermuda, crea una “caja de arena regulatoria” para las aseguradoras y promueve la innovación de manera controlada. Esta ley se da en conjunto con un Centro de innovación establecido por la Autoridad Monetaria de Bermuda (BMA, por sus siglas en inglés). La BMA, con su posición de liderazgo en el mercado de valores vinculados a seguros (ILS), desea replicar estos modelos en las tecnologías de cadena de bloques y en las criptomonedas.

India: IRDAI

En 2017, la Autoridad de Regulación y Desarrollo de Seguros de la India (IRDAI, por sus siglas en inglés) formó un grupo de trabajo centrado en los avances tecnológicos relacionados con

los seguros. En marzo de 2018, este grupo publicó un informe sobre dispositivos portables y portátiles, con una serie de hallazgos clave:

- Las aseguradoras consideran esencial invertir en tecnología, dado el gran riesgo de interrupción si no lo hacen.
- Muchas aseguradoras han creado equipos enfocados en las posibles interrupciones.
- La tecnología ayudará a las aseguradoras a evaluar mejor los riesgos.
- El análisis de datos y los modelos predictivos ayudarán a las aseguradoras a comprender mejor los riesgos que asumen con respecto a su negocio principal.
- La inteligencia artificial y el aprendizaje automático ayudarán a los aseguradores y agentes a asumir el riesgo de manera más efectiva, ya que recopilan más datos de más fuentes.
- Los dispositivos portables pueden jugar un papel clave en los sectores de vida y salud.
- La telemática y el IoT pueden rastrear los hábitos de conducción y, por lo tanto, proporcionar mejores estrategias en el sector de seguros de automóviles.
- La Inteligencia Artificial y el IoT Son Valiosos para Detectar el Fraude.

El IRDAI considera que es fundamental que los datos se utilicen para su propósito previsto, ya que cualquier intercambio de datos debe requerir el consentimiento del asegurado. A la organización le preocupa que “los mecanismos convencionales de riesgo compartidos puedan ser desafiados incluso si hay un movimiento [hacia un] enfoque de precios individualista con el uso de dispositivos portables”. No obstante, el IRDAI respalda el fomento regulatorio de la innovación tecnológica en el sector de seguros y cree que los reguladores deben desempeñar un papel de liderazgo para facilitar esta innovación al tiempo que garantizan la recopilación y el uso adecuados y apropiados de los datos personales.

China: CIRC

La Comisión Reguladora de Seguros de China (CIRC, por sus siglas en inglés), el principal regulador de seguros en China Continental, continúa avanzando en el fomento de la innovación, que incluye lo siguiente:

- Aprobación de licencias de seguro solo en línea
- Autorización de productos innovadores para su uso en las provincias.
- Implementación de cambios en el Sistema de Solvencia Orientado al Riesgo de China (C-ROSS, por sus siglas en inglés) para respaldar el seguro de negocios minoristas, señalando que asegurar un riesgo simple como el seguro de automóvil requiere menos capital que el seguro comercial.
- La aceptación de nuevos productos por parte de CIRC se está lanzando más rápidamente ya que CIRC acepta una amplia gama de prácticas de fijación de precios y suscripción, incluido el uso de la asignación dinámica de precios y la suscripción.

Global

Los reguladores de todo el mundo también han estado activos en esta área, y una mayor colaboración entre ellos podría ayudar a implementar pólizas más rápido y mejor, a medida que aprenden unos de otros, y adaptan su enfoque para que el mercado de seguros pueda adoptar la innovación de manera adecuada.

El creciente énfasis en la innovación en las aseguradoras, además del creciente número de nuevos participantes que buscan ofrecer productos de seguros, exige un diálogo más sólido entre reguladores, aseguradores y partes interesadas, como A.M. Best, para profundizar en la comprensión de los cambios en el mercado y de los problemas de privacidad y seguridad, que ayudarán a facilitar los negocios sin comprometer las regulaciones.

Revisión de Tendencias
24 de Septiembre de
2018

**Para las
aseguradoras,
la capacidad
de abordar los
acelerados
cambios
tecnológicos
y sociales a
través de la
innovación,
será cada
vez más
importante
para su
fortaleza
financiera en
el largo plazo.**

Encuesta Sobre Innovación de A.M. Best – Preguntas Frecuentes

Este documento de preguntas frecuentes cubre preguntas relacionadas con la encuesta recientemente publicada sobre innovación y los pasos posteriores que A.M. Best pretende tomar basado en el análisis de la encuesta.

¿Por qué es A.M. Best decidió realizar la encuesta ahora?

Históricamente, A.M. Best ha captado la innovación de manera indirecta a través de los diversos componentes básicos de su proceso de calificación. Lanzamos la iniciativa de innovación para considerar un análisis más explícito de la innovación en el proceso de calificación; la encuesta fue diseñada para evaluar el estado de la innovación en la industria de seguros. A.M. Best cree que el ritmo de la innovación en la industria de seguros se está acelerando y que la capacidad de innovación de una aseguradora es cada vez más crítica para su fortaleza financiera a largo plazo.

¿Cómo define A.M. Best la innovación?

A.M. Best define la innovación como un proceso de múltiples etapas mediante el cual una organización transforma ideas en productos, procesos, servicios o modelos de negocio, nuevos o significativamente mejorados, que tienen un impacto medible en el tiempo y permiten que una organización permanezca relevante y exitosa. Estos productos, procesos, servicios o modelos de negocio nuevos o mejorados significativamente, pueden ser desarrollados o implementados orgánicamente desde fuentes externas.

Esta definición evita igualar, intencionalmente, ser innovador con poseer avances tecnológicos. Las empresas pueden tomar muchos caminos hacia la innovación; aquellas con recursos limitados pueden encontrar formas únicas de innovar, ya que se esfuerzan por maximizar todo el potencial de dichos recursos.

¿A.M. Best considera que algunos sectores específicos de la industria de seguros se ven afectados de manera desproporcionada por la innovación?

El impacto de la innovación en la industria de seguros no es específico del sector; más del 80% de los encuestados indicaron que la innovación era de moderada a extremadamente crítica para el éxito de sus organizaciones. La innovación puede ser un medio para mantener la relevancia en el mercado, desarrollar soluciones significativas para los riesgos en constante evolución y mejorar la eficiencia operativa para todo tipo de compañías de seguros.

¿Cómo utilizará A.M. Best los resultados de la encuesta?

Utilizaremos los resultados para informar el desarrollo de un marco de puntuación de innovación y un procedimiento de criterios asociado. También analizaremos los resultados agregados de la encuesta en una variedad de informes de investigación, incluido un informe especial sobre innovación y materiales de presentación. Las respuestas de las encuestas individuales se mantendrán confidenciales.

¿Será necesario que mi empresa explique sus respuestas a la encuesta?

Su analista puede discutir sus respuestas a la encuesta con usted para obtener una comprensión más profunda del proceso de innovación de su compañía. Cuando el

Contacto de Analistas:

Clare Finnegan, Oldwick
+1 (908) 439-2200 Int. 5165
Clare.Finnegan@ambest.com

2018-128.10

procedimiento de criterios de calificación de la innovación entra en vigencia, su analista puede usar las respuestas de la encuesta como punto de partida para un diálogo más profundo, y así evaluar el estado de la innovación en su empresa.

¿Cuáles son los próximos pasos de A.M. Best en su iniciativa de innovación?

Además de publicar el informe especial sobre innovación, A.M. Best hablará sobre innovación y los resultados de la encuesta en varias conferencias de la industria y eventos de mercado próximos. También proporcionaremos los resultados agregados de la encuesta a las empresas que respondieron a ésta. El siguiente paso en nuestra iniciativa de innovación es el desarrollo de un nuevo procedimiento de criterios centrado en la evaluación de la innovación. Esperamos publicar este procedimiento de criterios para un período mínimo de observación pública de 30 días en 2019. También estamos evaluando la ubicación más adecuada para una evaluación de la innovación en el proceso de calificación de acuerdo con la Metodología de Calificación Crediticia de Best (BCRM, por sus siglas en inglés). Cualquier cambio realizado en el BCRM para incorporar de forma más explícita la innovación también se publicará durante un período de observación pública de 30 días. Esperamos lanzar los cambios propuestos al BCRM para observación pública después de recopilar y revisar los comentarios de la industria sobre el procedimiento de criterios de innovación. La fecha en que el procedimiento de criterios de innovación y las actualizaciones de BCRM entran en vigencia depende del volumen y la profundidad de los comentarios recibidos durante los períodos de observación pública.

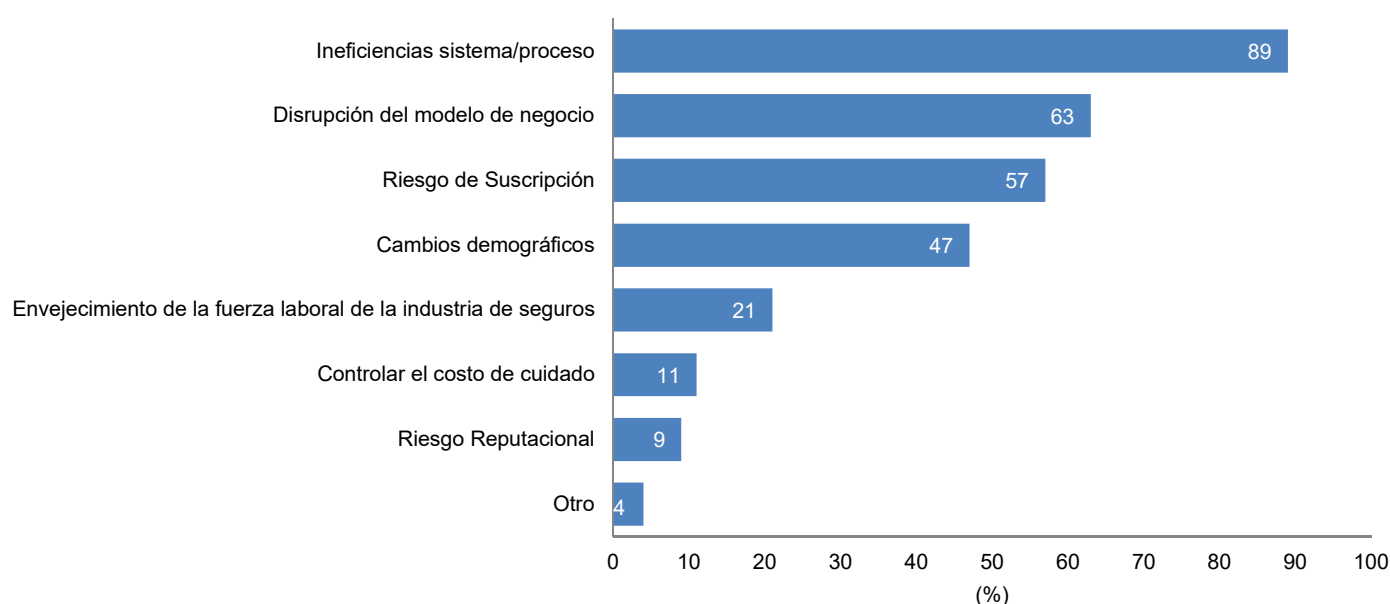
¿Cómo afectarán a las calificaciones los cambios potenciales en los criterios de calificación y el BCRM?

Dado que actualmente la innovación se captura de manera indirecta a través de los componentes del proceso de calificación, A.M. Best no espera movimientos de calificación significativos como resultado de las actualizaciones. Sin embargo, sí creemos que, para las aseguradoras, la capacidad de abordar cambios tecnológicos y sociales acelerados a través de la innovación será cada vez más importante para su fortaleza financiera a largo plazo.

Apéndice

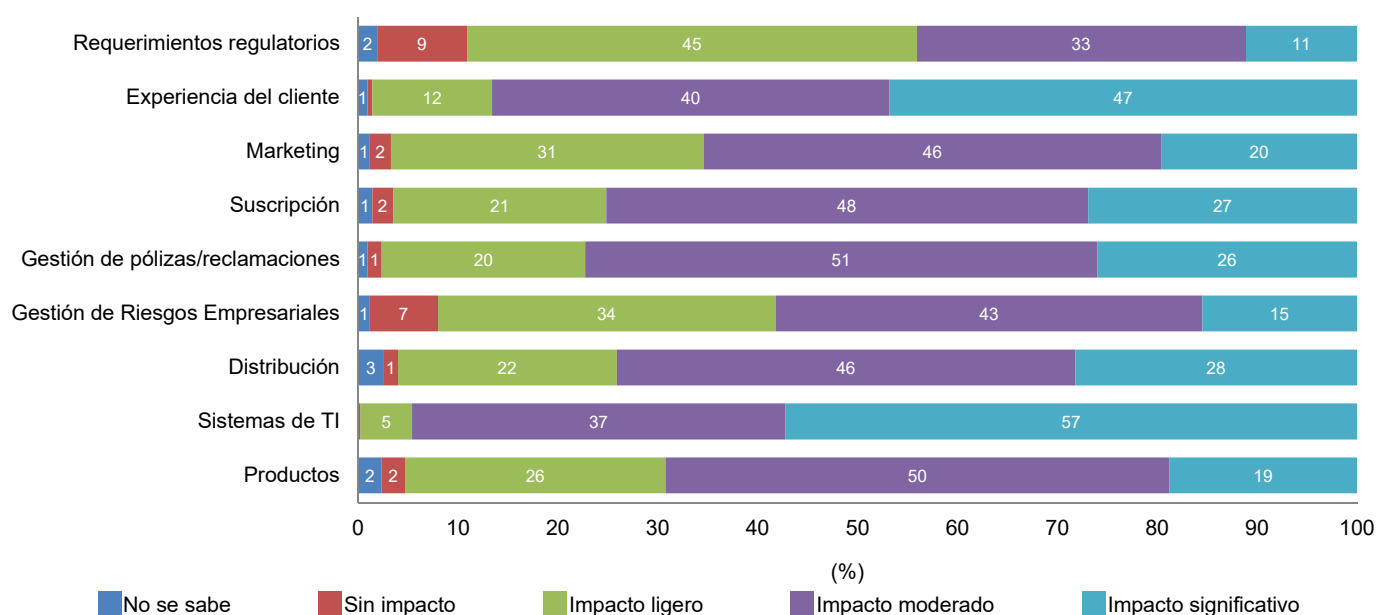
A continuación, ofrecemos un desglose de las respuestas a todas las preguntas de la encuesta, a excepción de la pregunta 20, que requiere una respuesta por escrito. (Tenga en cuenta que todas las cifras en este informe se han redondeado).

P1. Identifique los tres desafíos más importantes que la innovación puede ayudar a las aseguradoras a superar.



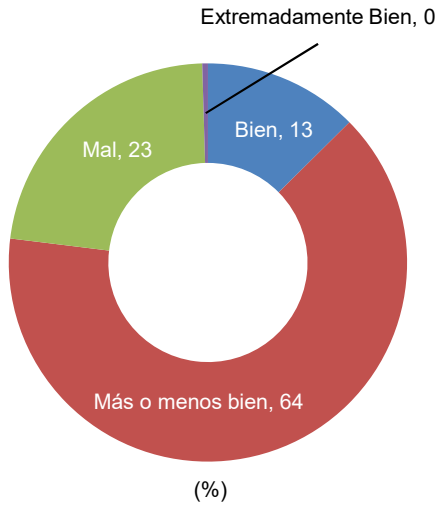
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P2. Al considerar la industria de seguros, ¿hasta qué punto espera que la innovación afecte las siguientes áreas en los próximos tres años?



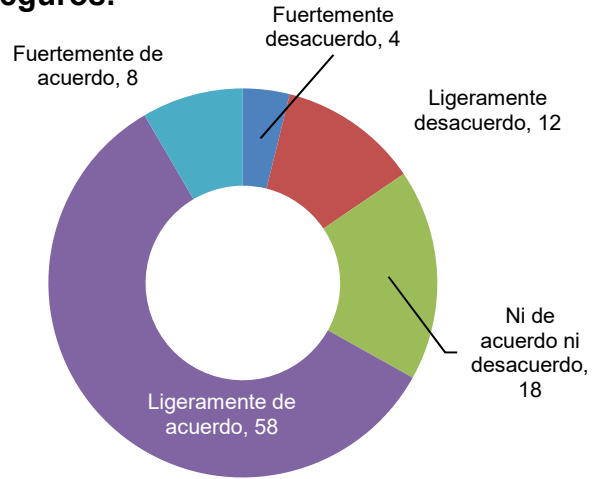
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P3. ¿Qué tan bien ha adoptado e implementado la industria de seguros la innovación?



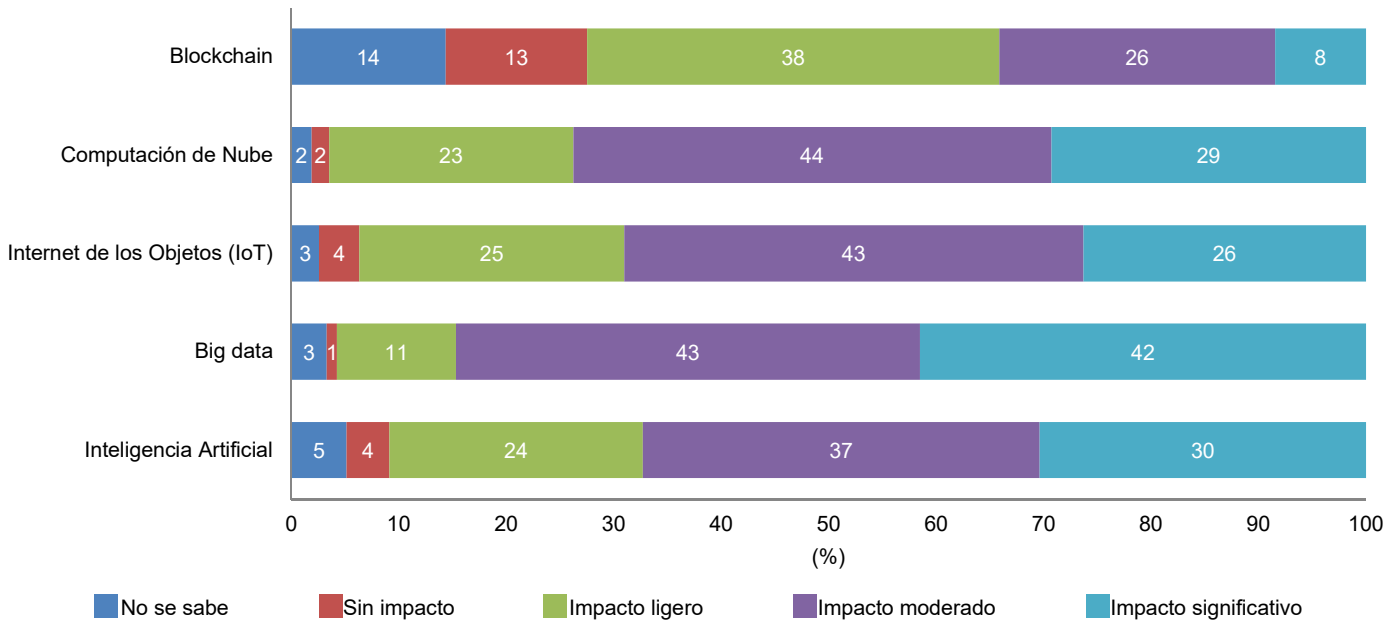
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P4. En los últimos tres años, ha habido mucha innovación en la industria de seguros.



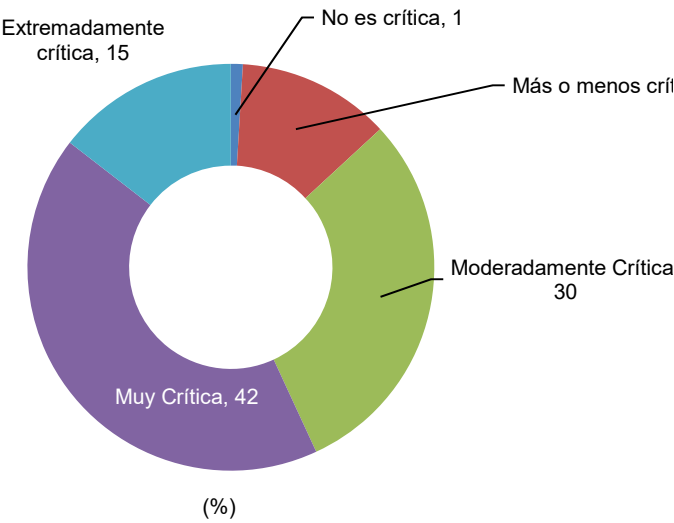
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P5. Describa el impacto que cree que las tecnologías enumeradas a continuación tendrán en la industria de seguros en los próximos tres años.



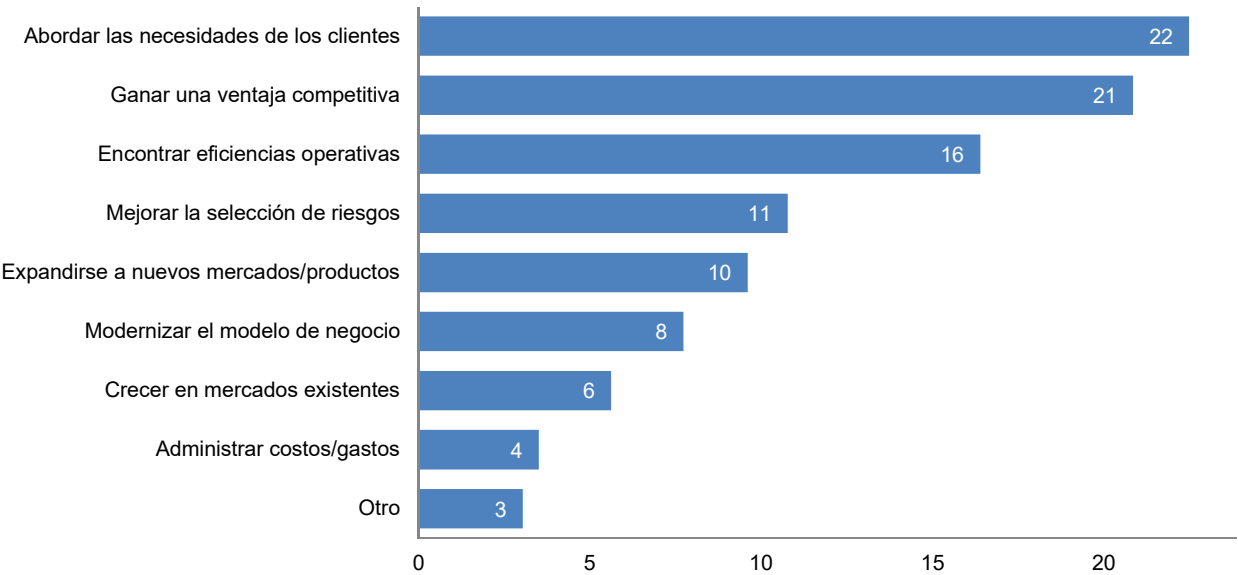
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P6. ¿Qué tan crítica es la innovación para el éxito de su organización?



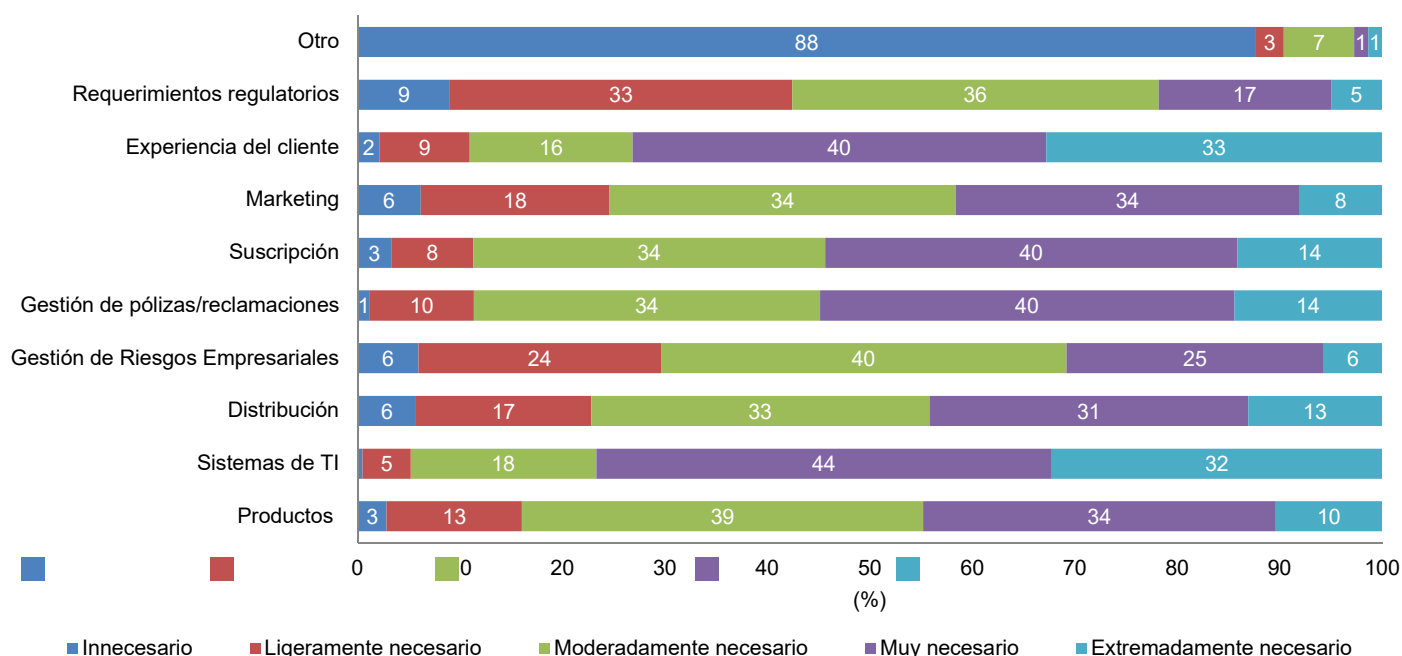
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P7. La razón principal por la que la innovación es importante para su organización es:

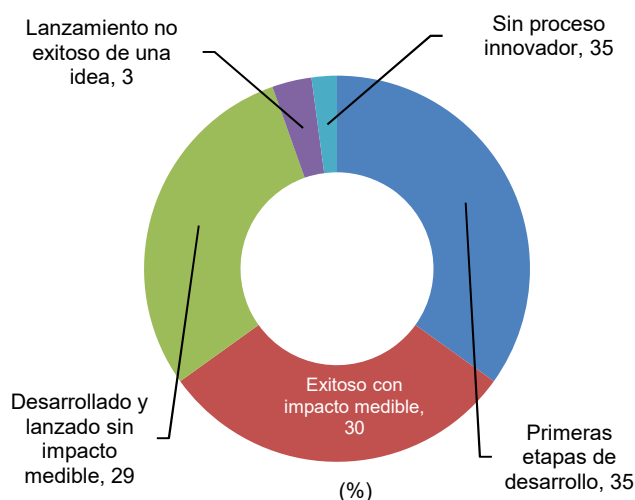


Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

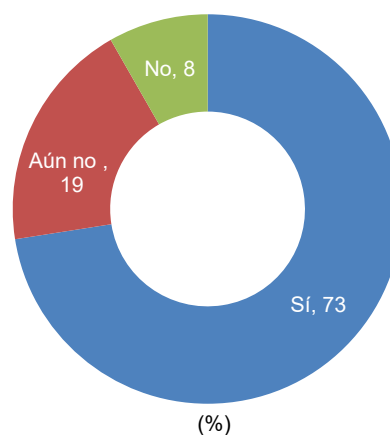
P8. Pensando en su organización, ¿qué tan necesario es innovar en las siguientes áreas?



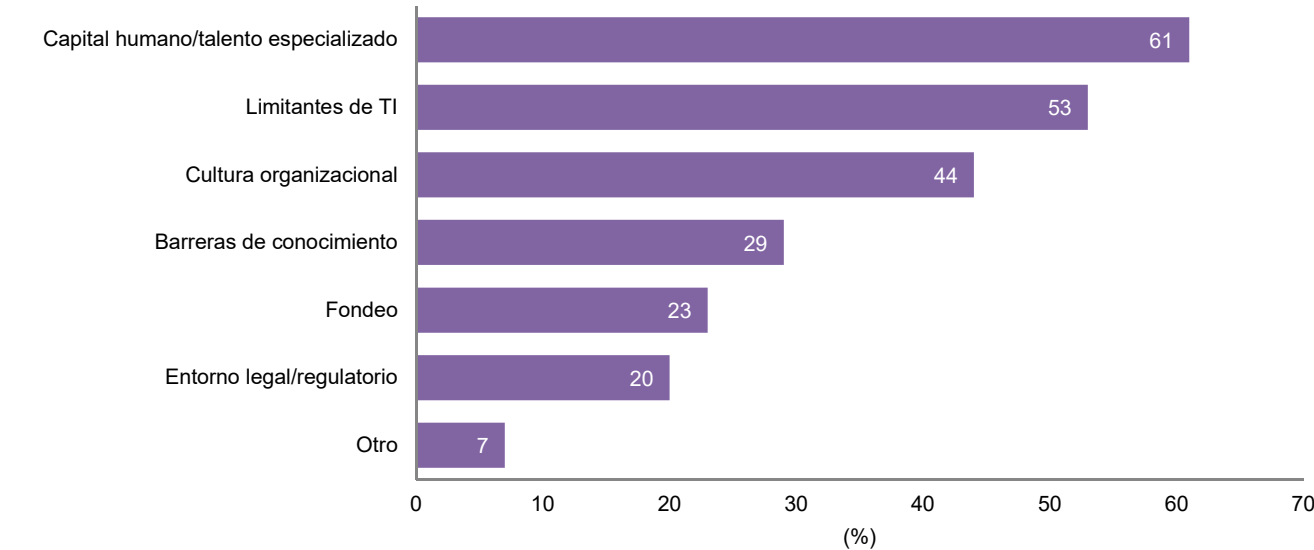
P9. ¿Cómo describiría el nivel de madurez del proceso de innovación de su organización?



P10. En los últimos 3 años, ¿su empresa ha introducido productos, procesos, servicios o modelos de negocio nuevos o significativamente mejorados, de los que espera tener un impacto medible en el tiempo?



P11. ¿Qué percibe o percibió su organización como los mayores desafíos para desarrollar el proceso de innovación?

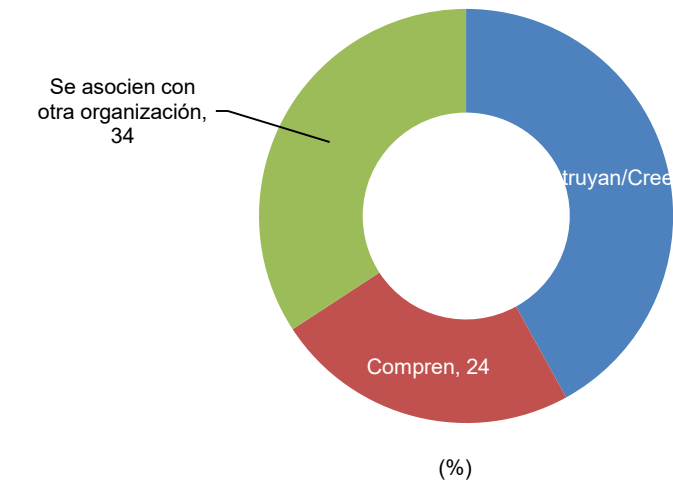


P12. ¿Qué enfoque describe mejor su empresa?

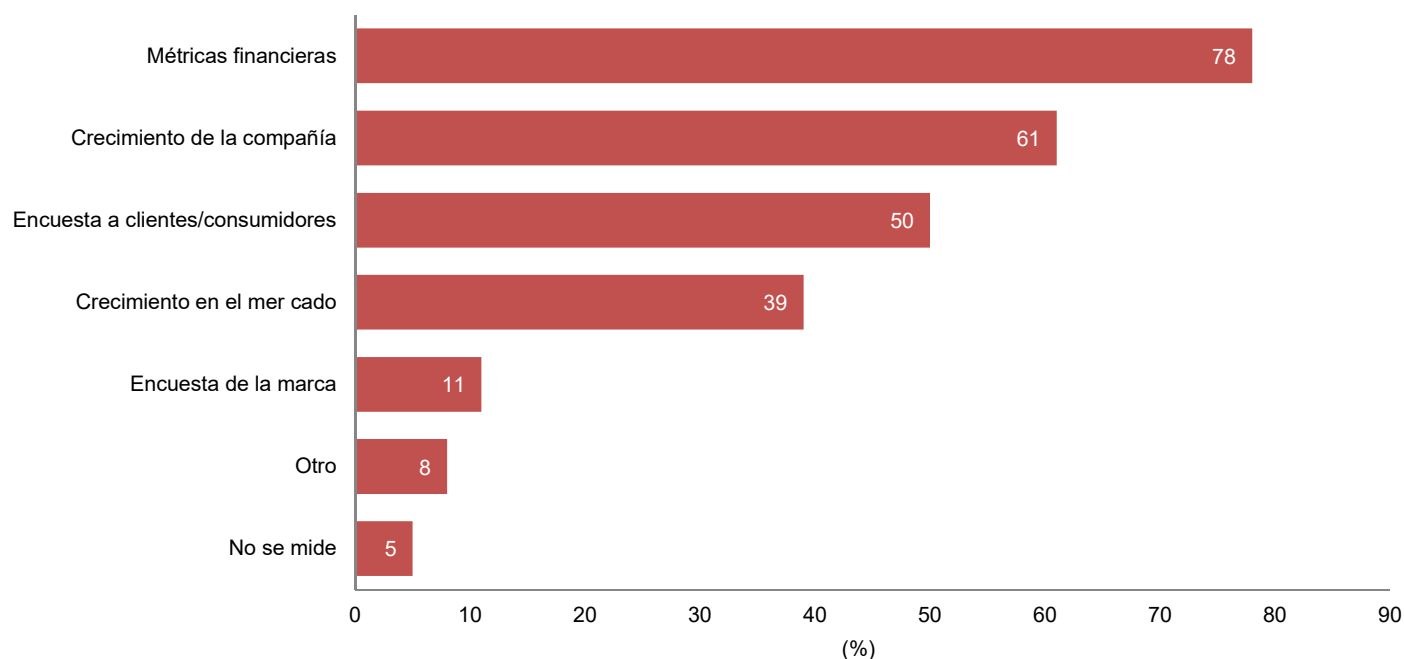
	%
Nuestra estrategia de innovación actual es un componente clave de nuestros objetivos estratégicos generales	45
Estamos desarrollando una estrategia de innovación que se alineará con nuestros objetivos estratégicos	35
Nuestra estrategia de innovación actual es importante pero no está explícitamente alineada con nuestros	8
No tenemos una estrategia de innovación ni planeamos crear una.	6
Estamos desarrollando una estrategia de innovación, pero no estará explícitamente vinculada a nuestros	6

Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P13. En términos de productos, procesos, servicios o modelos de negocio nuevos o significativamente mejorados, es más probable que:

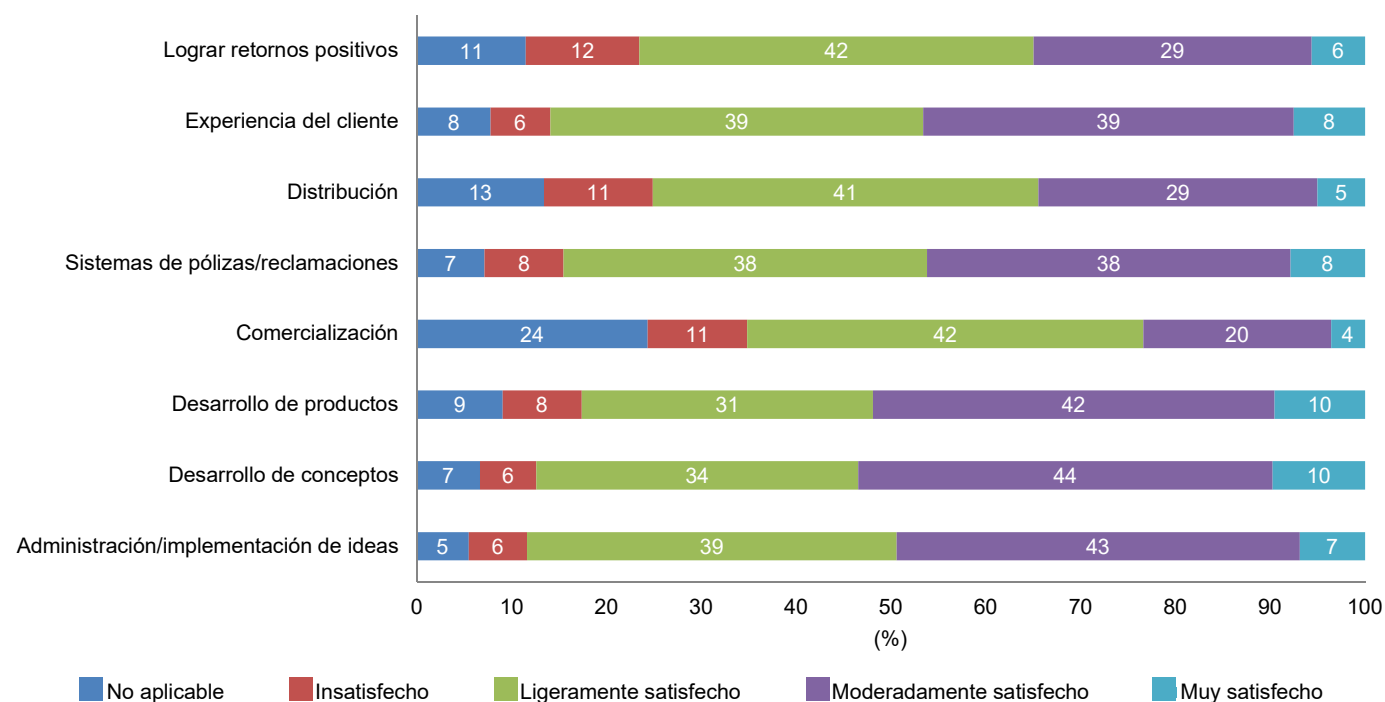


P14. ¿Cómo se mide el éxito de las iniciativas de innovación?



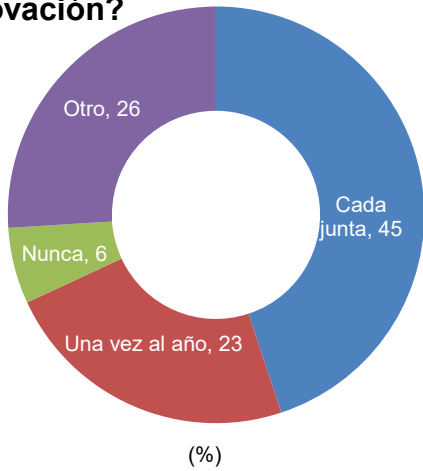
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P15. ¿Qué tan satisfecho está con sus esfuerzos de innovación en relación con lo siguiente?



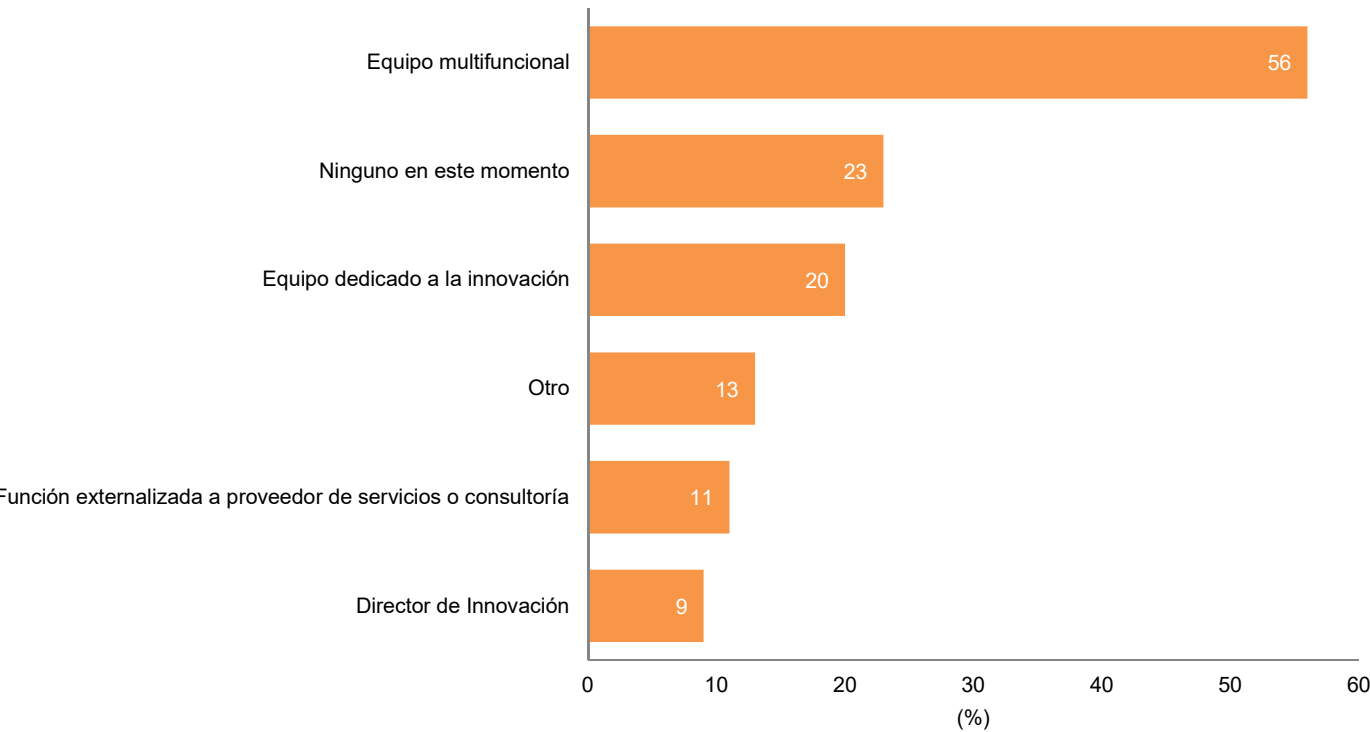
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P16. ¿Con qué frecuencia su consejo de administración/ junta directiva discute la innovación?



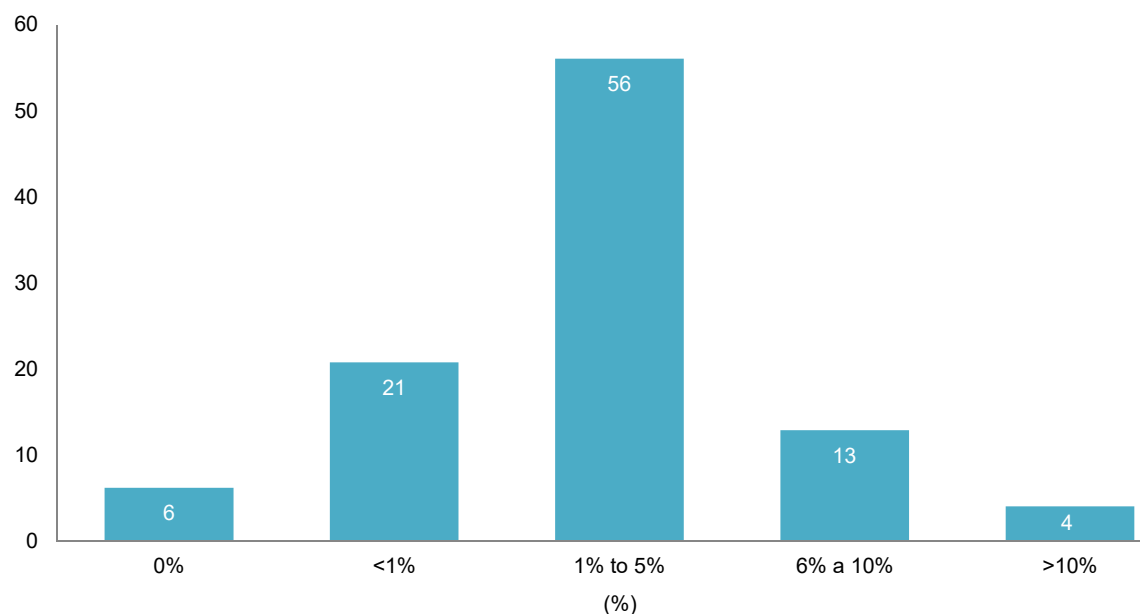
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P17. ¿Tiene su empresa personal que se centre en la innovación?



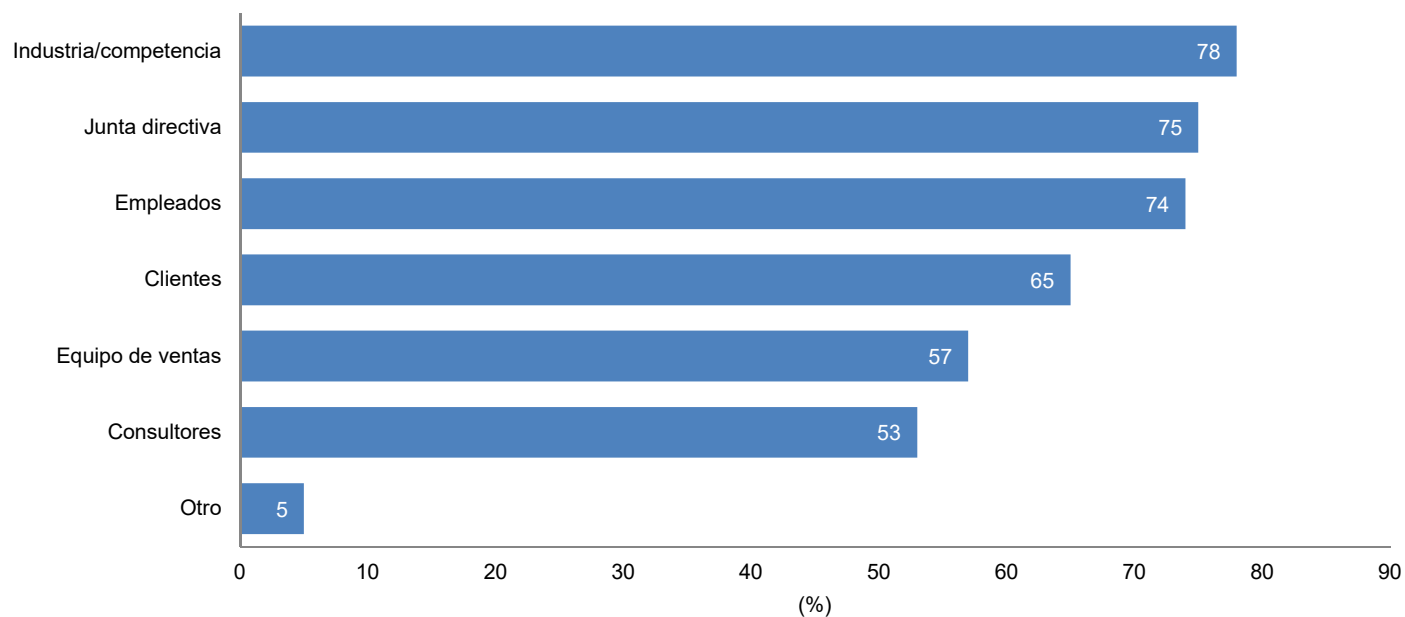
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P18. ¿Qué porcentaje del presupuesto anual total de su empresa se destina a la innovación?



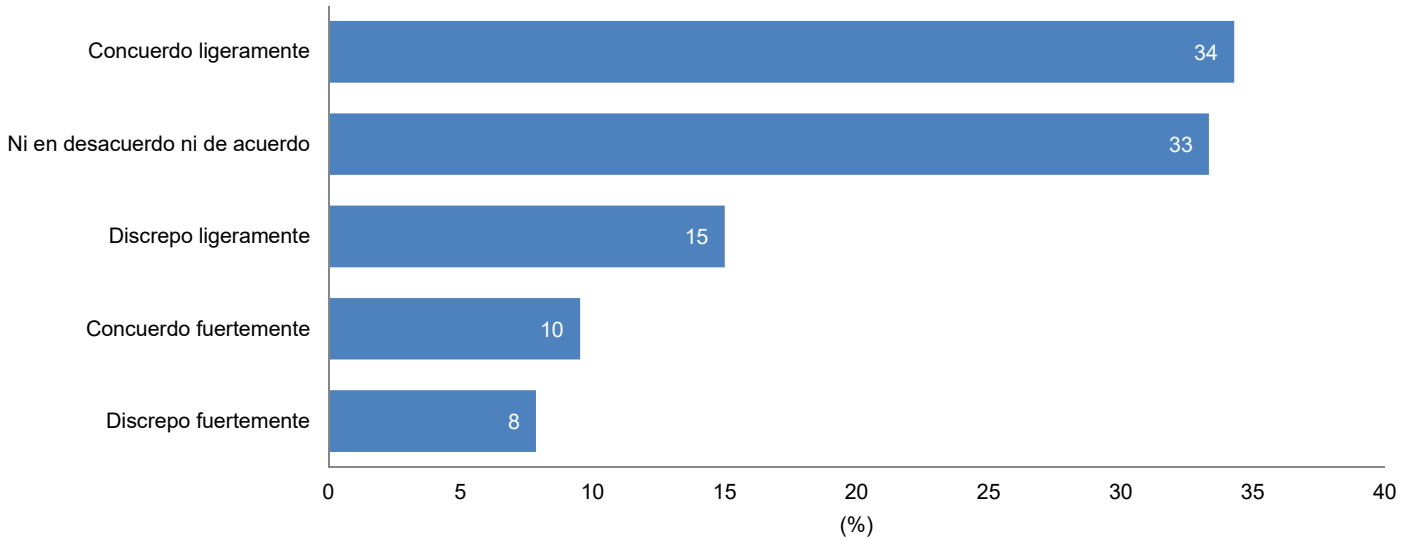
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P19. ¿Cómo identifica su empresa las oportunidades de innovación?



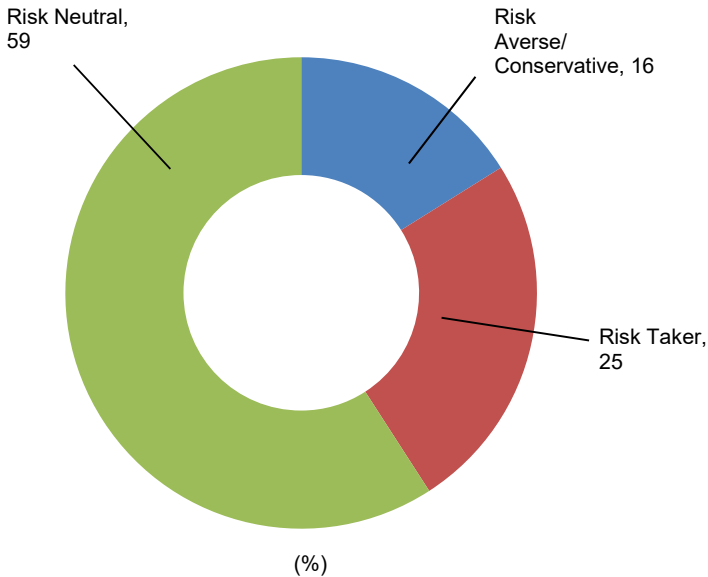
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P21. El proceso de su empresa para obtener ideas innovadoras está bien definido, se comunica claramente y se comprende en toda la organización.



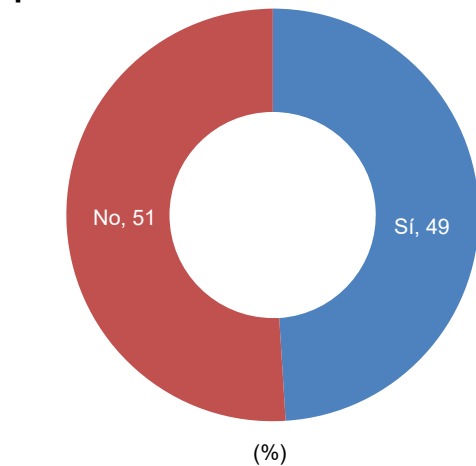
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P22. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor la tolerancia al riesgo de su equipo ejecutivo para la innovación?



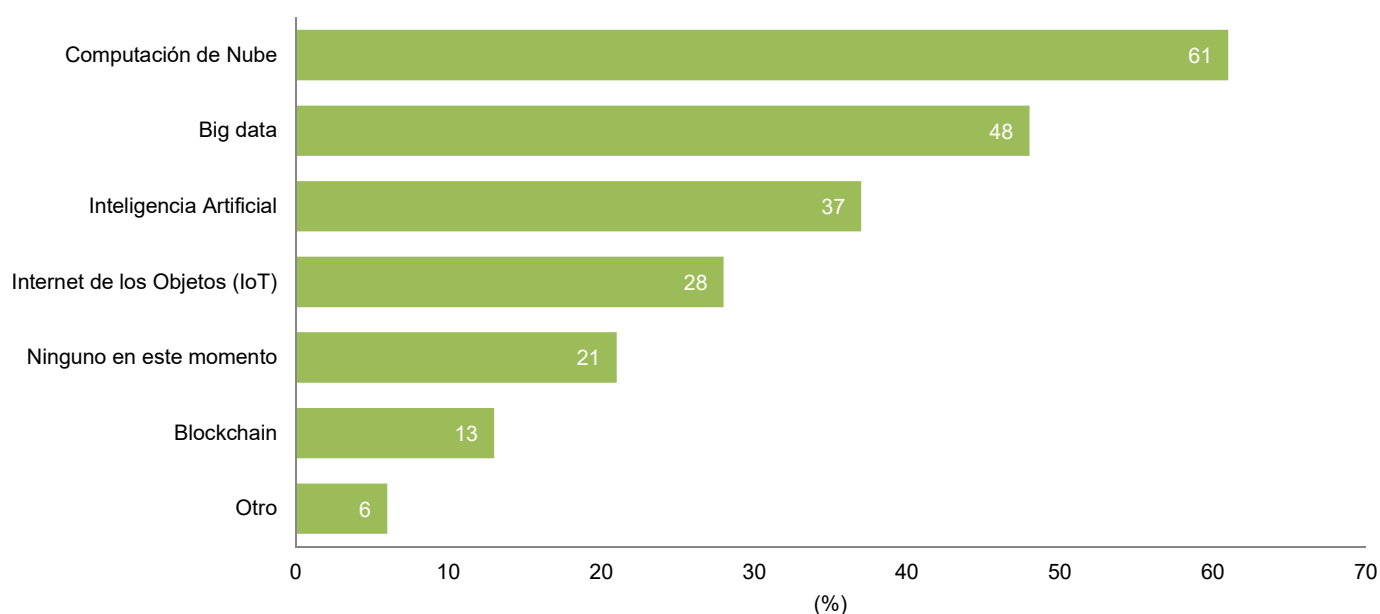
Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P23. En los últimos tres años, ¿su empresa ha participado en algún programa piloto de nuevas tecnologías, dispositivos o procesos?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P24. ¿Ha invertido su empresa (o está planeando invertir) en alguno de los siguientes?



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

P25. Identifique y describa cualquier asociación innovadora con compañías o entidades insurtech fuera del espacio de seguros tradicional.



Fuente: Datos e investigación de A.M. Best

Publicado por A.M. Best Rating Services, Inc.

INFORME ESPECIAL**A.M. Best Rating Services, Inc.**

Oldwick, NJ

CONSEJERO Y PRESIDENTE **Larry G. Mayewski**VICE PRESIDENTE EJECUTIVO **Matthew C. Mosher**DIRECTOR EJECUTIVO **Douglas A. Collett, Edward H. Easop,**
Stefan W. Holzberger, Andrea Keenan, James F. Snee**OFICINAS CENTRALES**1 Ambest Road,
Oldwick, NJ 08858
Phone: +1 908 439 2200**CIUDAD DE MÉXICO**Paseo de la Reforma 412,
Piso 23,
Mexico City, Mexico
Phone: +52 55 1102 2720**LONDRES**12 Arthur Street, 6th Floor,
London, UK EC4R 9AB
Phone: +44 0 20 7626 6264**DUBAI***Office 102, Tower 2,
Currency House, DIFC
P.O. Box 506617,
Dubai, UAE

Teléfono: +971 4375 2780

*Regulado por la DFSA como oficina representativa.

HONG KONGUnit 4004 Central Plaza,
18 Harbour Road,
Wanchai, Hong Kong
Phone: +852 2827 3400**SINGAPUR**6 Battery Road, #39-04,
Singapore
Phone: +65 6303 5000**Calificación de Fortaleza Financiera de Best (FSR por sus siglas en inglés)**

es una opinión independiente respecto a la fortaleza financiera y capacidad de cumplimiento ante las obligaciones contractuales y derivadas de la emisión de pólizas vigentes de una aseguradora. Una calificación FSR no es asignada a pólizas u contratos en específico.

Calificación Crediticia de Emisor de Best (ICR por sus siglas en inglés)

es una opinión independiente respecto a la capacidad de cumplimiento de una entidad ante sus obligaciones financieras vigentes, puede ser emitida bajo un contexto de corto o largo plazo.

Calificación Crediticia de Deuda de Best (IR por sus siglas en inglés)

es una opinión independiente respecto a la calidad crediticia asignada a emisiones, indica la capacidad de cobertura de las condiciones derivadas de la obligación y puede ser emitida bajo un contexto de corto o largo plazo (obligaciones con vencimientos originales menores a un año).

Declaración de Calificación: Uso y Limitantes

Una Calificación de Crédito de Best (BCR; por sus siglas en inglés) es una opinión independiente y objetiva a futuro sobre la relativa capacidad crediticia de un asegurador; emisor u obligación financiera. La opinión representa un exhaustivo análisis que consiste en una evaluación cuantitativa y cualitativa de la fortaleza del balance general, desempeño operativo, perfil del negocio y administración de riesgo integral, o, cuando sea apropiado, sobre la naturaleza específica y los detalles de un instrumento financiero. Debido a que la BCR es una opinión a futuro a partir de la fecha en que se publica, no puede ser considerada como un hecho o garantía de calidad crediticia futura y por ello no puede ser descrita como exacta o inexacta. La BCR es una medida relativa de riesgo que implica la calidad de crédito, y es asignada utilizando una escala con una población definida de categorías y escalones. Las entidades u obligaciones a las que se asigne el mismo símbolo BCR desarrollado con la misma escala, no deberán ser vistas como completamente idénticas en términos de calidad crediticia. En otras palabras, son parecidas en categoría (o escalones dentro de una categoría), pero dado que existe una progresión de categorías prescrita (y de escalones) utilizada en asignar las calificaciones de una población mucho mayor de entidades y obligaciones, las categorías (escalones) no pueden reflejar las sutilezas exactas del riesgo inherente entre entidades u obligaciones calificadas de forma similar. Aunque una BCR refleja la opinión de A.M. Best Company Rating Services Inc. (A.M. Best) sobre la relativa capacidad crediticia, no es indicador o predictor de restricción en el uso de recursos financieros o de probabilidad de incumplimiento definidas con respecto a un asegurador; emisor u obligación financiera específicos. La BCR no es un consejo para invertir y de igual manera no debe interpretarse como servicio de consultoría o asesoramiento, como tal, no están destinados a ser utilizados como una recomendación para adquirir; mantener o concluir una póliza de seguros, contrato, valor o cualquier otra obligación financiera, tampoco señala la idoneidad de cualquier póliza o contrato para un comprador o propósito en específico. Los usuarios de una BCR no deben depender de la misma para tomar una decisión de inversión, sin embargo, si es usado, el BCR debe ser considerado sólo como un factor. Los usuarios deberán hacer su propia evaluación de cada decisión de inversión. Una opinión de BCR es dada bajo las condiciones "actuales" y no cuenta con una garantía expresada o implícita. Adicionalmente, un BCR puede ser cambiado, suspendido o retirado en cualquier momento por cualquier razón a discreción de A.M. Best.

Version 021518



A.M. Best es la fuente de información y calificaciones de aseguradoras más antigua y con mayor autoridad del mundo. Para más información, visite www.ambest.com.

A.M. BEST COMPANY, INC.

Oldwick, NJ 08858

A.M. BEST RATING SERVICES, INC.

Oldwick, NJ 08858

OFICINAS PRINCIPALES

1 Ambest Road, Oldwick, NJ 08858

Teléfono: +1 908 439 2200

WASHINGTON

830 National Press Building

529 14th Street N.W., Washington, DC 20045

Teléfono: +1 202 347 3090

CIUDAD DE MÉXICO

Paseo de la Reforma 412 Piso 23

Ciudad de México, México

Teléfono: +52 55 1102 2720

LONDRES

12 Arthur Street, 6th Floor, London, UK EC4R 9AB

Teléfono: +44 20 7626 6264

DUBAI*

Office 102, Tower 2, Currency House, DIFC

P.O. Box 506617, Dubai, UAE

Teléfono: +971 4375 2780

*Oficina de representación regulada por DFSA

HONG KONG

Unit 4004 Central Plaza, 18 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong

Teléfono: +852 2827 3400

SINGAPUR

6 Battery Road, #39-04, Singapore

Teléfono: +65 6303 5000