




# Cómo la tecnología puede aumentar la eficiencia operativa de las aseguradoras

Diciembre 2018

---

[home.kpmg/co](http://home.kpmg/co)





Para la mayoría de las aseguradoras de alto volumen y bajo margen, optimizar la eficiencia operativa es clave en la actualidad. Es algo que las InsurTechs están desarrollando y una necesidad sentida y de gran desafío para las aseguradoras tradicionales quienes deben enfocarse en las nuevas tecnologías como blockchain, Big Data o la computación en la nube para crear dentro del sector de los seguros nuevas formas de ofrecer los productos y servicios al cliente final.

## Robótica y aprendizaje automático en el “back office”

La mayoría de las aseguradoras, nuevas y antiguas, ya han comenzado a utilizar tecnologías emergentes para impulsar una mayor eficiencia. Esto es particularmente cierto en el back office, donde la automatización a través de la robótica ofrece importantes mejoras operativas. En el caso de renovaciones de pólizas por ejemplo, los picos en la carga de trabajo significan que el error humano puede generarse, mientras que los costos de tiempo extra del personal también lo convierten en un proceso costoso. El uso de herramientas de Robotic Process Automation (RPA), por otro lado, reduce los errores y los costos, aumentando la velocidad y las aplicaciones como Blue Prism que eliminan la necesidad que los mismos datos se ingresen varias veces en diferentes sistemas.

Otro ejemplo válido, es una aplicación de aprendizaje automático que puede enseñarse a sí misma a analizar los reclamos de siniestros recibidos y colocarlos en uno de tres grupos: pagar, no pagar o referir, el algoritmo estaría en línea con el proceso de toma de decisiones humanas; así las cosas, se pueden tramitar las reclamaciones de manera mucho más rápida, eficiente y en una escala mucho mayor que la de una persona, liberando así un recurso valioso para otras tareas.

## Velocidad y eficiencia en el “front office”

Las nuevas tecnologías también se están utilizando en la línea frontal para el contacto con los clientes. Estamos viendo un uso cada vez mayor de los “chatbots” que recuperan información y proporcionan cotizaciones de seguros a los clientes, ya sea en línea o mediante una aplicación. Dentro del centro de contacto, las nuevas herramientas, como Appian, aumentan la velocidad y la eficiencia al brindar al agente de servicio una única interfaz de usuario.

Todas las soluciones digitales trabajan juntas para crear una experiencia mejorada para el cliente. Las aseguradoras pueden proporcionar cotizaciones más claras, una respuesta más rápida a las reclamaciones y pueden atender consultas más rápidamente en los centros de contacto. En una época en la que la experiencia del cliente lo es todo, esta agilidad ayuda a proporcionar una nueva ventaja competitiva.

## Administrando el legado

Para las aseguradoras tradicionales, estas tecnologías emergentes no son por sí mismas suficientes, pero lo son para seguir el ritmo de InsurTechs y hacer la transición del enfoque antiguo basado en políticas a uno totalmente impulsado por la experiencia del cliente. Para realizar el salto operativo necesario, estas empresas también deben lidiar con sus sistemas heredados.

No tiene sentido construir un “front office” impresionante, si lo que hay detrás sigue estando desactualizado.

La mayoría de las aseguradoras aún están lidiando con el desafío de simplificar y consolidar sistemas heredados al tiempo que construyen una nueva plataforma tecnológica, administrando los sistemas actuales, siempre y cuando proporcionen una experiencia flexible y personalizada que los clientes esperan ahora, en función de la experiencia de Amazon, Google, entre otras.

## Siguiendo el ritmo de los disruptores

La nueva generación de empresas de tecnología como Netflix y Google, se han desarrollado en torno a los micros servicios y la nube, permitiéndoles realizar cambios rápidamente y a bajo costo. Si uno de los gigantes de la tecnología decidiera ingresar al mercado de seguros, podría hacer avances significativos y atraer grandes volúmenes de nuevos negocios con las aseguradoras tradicionales que luchan por mantenerse al día. Mientras tanto, las InsurTechs más ágiles ya están captando las bases de clientes tradicionales.

Las compañías de seguros se enfrentan a un momento crítico, en el que es imperativo que se preparen para el futuro contra los disruptores digitales, tanto grandes como pequeños.

## Priorización para el viaje

La doble tarea para desarrollar una nueva plataforma tecnológica, al mismo tiempo que abordar los sistemas actuales o heredados, plantea muchas preguntas difíciles para algunas compañías de seguros. ¿Dónde debería ir la mayor parte de la inversión? ¿Dónde debería desplegarse la mayoría de los recursos?; si está creando una nueva plataforma tecnológica, ¿debería mover algunos sistemas heredados a la nube de todos modos? ¿O es mejor dejarlos y pasar

directamente a la nueva plataforma?

Mientras tanto, ¿a qué procesos se debería apuntar para automatizar? En KPMG, contamos con una herramienta de evaluación de automatización que puede ayudarlo a identificar dónde enfocarse y guiarlo a través de los asuntos de regulación y gobernanza de datos.

La prioridad ahora es la interrupción preventiva para impulsar una mayor eficiencia operativa y ofrecer soluciones más inteligentes y ágiles. En última instancia, el objetivo es rediseñar su modelo de negocio y operativo para que la experiencia del cliente sea la base de su corazón. Ninguna aseguradora quiere convertirse en el equivalente de un Blockbuster desplazado por Netflix.

Para Colombia, existe una gran oportunidad en el espacio de los microseguros para diseñar y ofrecer otros tipos de seguros diferentes a los tradicionales, con más datos disponibles y con tecnología innovadora los canales existentes pueden aprovecharse para realizar ventas cruzadas, productos a largo plazo y otros servicios financieros. El uso de la tecnología para disminuir el riesgo también significa que las aseguradoras en Colombia pueden comenzar a ofrecer precios competitivos.

Como tal, las aseguradoras y la tecnología se unificarán como una sola, en lugar de industrias asociadas. Las soluciones impulsadas por la tecnología permiten una mayor eficiencia, evaluaciones de riesgo más astutas y una poderosa capacidad para construir rápidamente economías de escala.

Desde el auge de la introducción de software de seguros específicos en los últimos siete u ocho años, las grandes compañías y las aseguradoras generalmente han respondido a las interrupciones tecnológicas lentamente buscando a las grandes empresas para proporcionar el software que necesitan ofreciendo soluciones acordes con los nuevos requerimientos de los consumidores.

A medida que los límites de insurtech continúan cambiando y creciendo, las soluciones innovadoras e inimaginables se están volviendo posibles.

Beneficiando en última instancia a los consumidores.

Para obtener más información y desarrollos en seguros e Insurtech, visite [KPMG.com.co](http://KPMG.com.co) y [www.the-digital-insurer.com](http://www.the-digital-insurer.com)



**Orlando Lugo**  
Líder Seguros  
KPMG en Colombia

---

colombia@kpmg.com.co  
home.kpmg/co  
T +57 618 8000



KPMG en Colombia



KPMG en Colombia



KPMG\_CO



KPMG en Colombia



@KPMGenColombia

---

La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene la intención de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque nos esforzamos por proporcionar información precisa y oportuna, no puede haber ninguna garantía de que dicha información es exacta a partir de la fecha en que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. Nadie debe actuar sobre dicha información sin la debida asesoría profesional después de un examen detallado de la situación en particular.

© 2018 KPMG S.A.S. y KPMG Advisory, Tax & legal S.A.S., sociedades colombianas y firmas miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Derechos reservados.

Derechos reservados. Tanto KPMG como el logotipo de KPMG son marcas comerciales registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza