
Comunicado de Prensa

Fecha: Viernes, 10 de julio de 2015

Contactos

Miriam Arrocha, PwC InterAméricas
Tel: +507 206 9232
e-mail: miriam.arrocha@pa.pwc.com

Michelle Muñoz, PwC InterAméricas
Tel: +507 206 9200 ext. 1501
e-mail: michelle.munoz@pa.pwc.com

Páginas 2

PwC: La irrupción es la nueva realidad en la industria global de seguros

El ritmo de cambio en la industria global de seguros ocurre más rápidamente de lo que se puede predecir, concluye un reporte publicado recientemente por PwC. El reporte deduce que la industria está en una coyuntura fundamental, mientras lucha con el cambiante comportamiento de los consumidores, las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de distribución y de negocios.

En el 2010, basándose en más de mil entrevistas a ejecutivos alrededor del mundo, PwC comenzó a analizar los escenarios de las tendencias que han dado nueva forma a los seguros y cómo sería la industria para el 2020. El reporte, **“Seguros 2020 y más allá: La necesidad es la madre de la reinención”**, cuyos hallazgos fueron revelados en el **Foro Global de Seguros de la Sociedad Internacional de Seguros** (IIS en sus siglas en inglés) en Nueva York, explora la evolución en curso contra las proyecciones iniciales de PwC. Da un vistazo a las principales tendencias que se desarrollarán en la industria global de seguros durante los próximos cinco años y más allá, y cómo los negocios pueden diseñar su estrategia para enfrentar el futuro y sacar provecho.

La revolución del consumidor

Los consumidores esperan la misma facilidad de hacer negocios de los aseguradores así como de los minoristas. Los avances digitales han permitido a los aseguradores ofrecer la conveniencia de cualquier momento y cualquier lugar a través de una experiencia multicanal ininterrumpida, operaciones racionalizadas, y el alcance de segmentos inexplorados.

Los avances digitales también están ayudando a los aseguradores a mejorar los perfiles de clientes, desarrollar oportunidades de venta, brindar soluciones financieras a la medida de las necesidades individuales, y para los negocios de No Vida en particular, mejorar la evaluación y resolución de reclamos. Sin embargo, y en amenaza al orden existente, muchos principiantes en el mercado están utilizando técnicas para los perfiles de clientes y la distribución digital más rentable tanto o más efectivamente que los competidores participantes.



Digitalización

La mayoría de los aseguradores han invertido en distribución digital. Algunos están yendo más allá de las ventas digitales directas y están integrando la compañía a la vida de las personas (por ejemplo, seguros “pago-por-uso”). Esto ha coincidido con la proliferación de nuevas fuentes de información y técnicas analíticas que están comenzando a darle nueva forma a la determinación de clientes, aseguramiento y asesoramiento financiero.

De acuerdo con PwC, a medida que los sensores y demás inteligencia digital se haga más generalizado como parte de “El Internet de las Cosas”, las aseguradoras inteligentes pueden ser socios confiables en áreas que van desde salud y bienestar hasta el hogar y el cuidado de equipo comercial. A su vez, la tecnología digital pudiera extender el alcance de la cobertura de vida y jubilación a segmentos mayormente inexplorados, tal como segmentos más jóvenes o de menores ingresos al reducir los costos y permitiendo que los negocios participen con los clientes en formas más convincentes y relevantes.

Análisis: Los nuevos elementos transformadores

La combinación de análisis de datos masivos, tecnología de sensores y redes de comunicación pudiera permitir a las aseguradoras anticipar los riesgos y las necesidades de los clientes con mayor precisión como nunca antes. Los beneficios pudieran incluir no solo tarifa más específica y una segmentación de cliente más precisa, sino un cambio decisivo en el modelo de valores de los aseguradores de un reactivo pagador de reclamos a preventivos asesores de riesgos.

Jamie Yoder, Líder Global de Consultoría de Seguros de PwC

“El cambio en el análisis es el nuevo elemento transformador, de análisis descriptivos (lo que sucedió) y diagnósticos (por qué sucedió) a predictivos (qué es probable que suceda) y prescriptivos (determinando y asegurando el resultado correcto)”.

Nuevos modelos de negocios

Muchas aseguradoras progresistas – y los antes mencionados principiantes del mercado – están desarrollando nuevos modelos de negocios. Compañías con alguna visión del futuro están luchando por un enfoque interactivo más rápido, flexible y dirigido por información, similar a aquel utilizado por muchas compañías de tecnología y telecomunicaciones. Algunos de ellos están trabajando también con compañías de reaseguros y gestión de inversiones para crear una nueva generación de soluciones de salud, patrimonio y jubilación. De acuerdo a PwC, el ritmo de cambio solo acelerará durante los próximos años, mientras que las nuevas innovaciones se generalicen en áreas que van desde Sistemas de Asistencia a la Conducción Avanzados (ADAS, por sus siglas en inglés) a modelos de evaluación y transferencia de riesgo de colaboración abierta.



Yoder concluye:

“Mientras más del 60% de los líderes de la industria de seguros que participaron en nuestra encuesta global de CEOs ve más oportunidades que hace tres años, casi la misma cantidad (61%) ve más amenazas. De hecho, los CEOs de seguros ven más irrupción en el futuro que los otros sectores comerciales.

El cambiante mercado requerirá de un considerable rediseño de productos y modelos de negocios. Esto no será fácil, pero es la nueva realidad.”

Sobre encuesta

Se entrevistaron 80 CEOs de seguros en 37 países para la 18va Encuesta Global Anual de CEOs “¿Un mercado sin fronteras? Respondiendo a la irrupción” (www.pwc.com/ceosurvey)

Sobre reporte de Seguros 2020

El reporte de PwC, “[Seguros 2020 y más allá: La necesidad es la madre de la reinención](#)”, es un análisis de la evolución en el espacio global de seguros contra las proyecciones iniciales que figuran en el informe de PwC “Seguros 2020”. Éste mira más allá de las principales tendencias que puedan producirse en los próximos cinco años y más adelante, en base a lo que ha ocurrido entre 2010 y 2015.

Sobre PwC

Las firmas PwC ayudan a las organizaciones e individuos a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas con más de 195,000 personas en 157 países, comprometidos en brindar calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría. Díganos qué es importante para usted y encuentre más información visitándonos en www.pwc.com/interamericas.

PwC se refiere a la red de PwC y/o una o más de sus firmas miembros, cada una de las cuales es una entidad legalmente separada. Ver www.pwc.com/structure para más detalles.

© 2015 PwC. Todos los derechos reservados.