



SEGUROS
MONTERREY

EL FUTURO DE SMNYL ES HOY

INNOVATION DAY



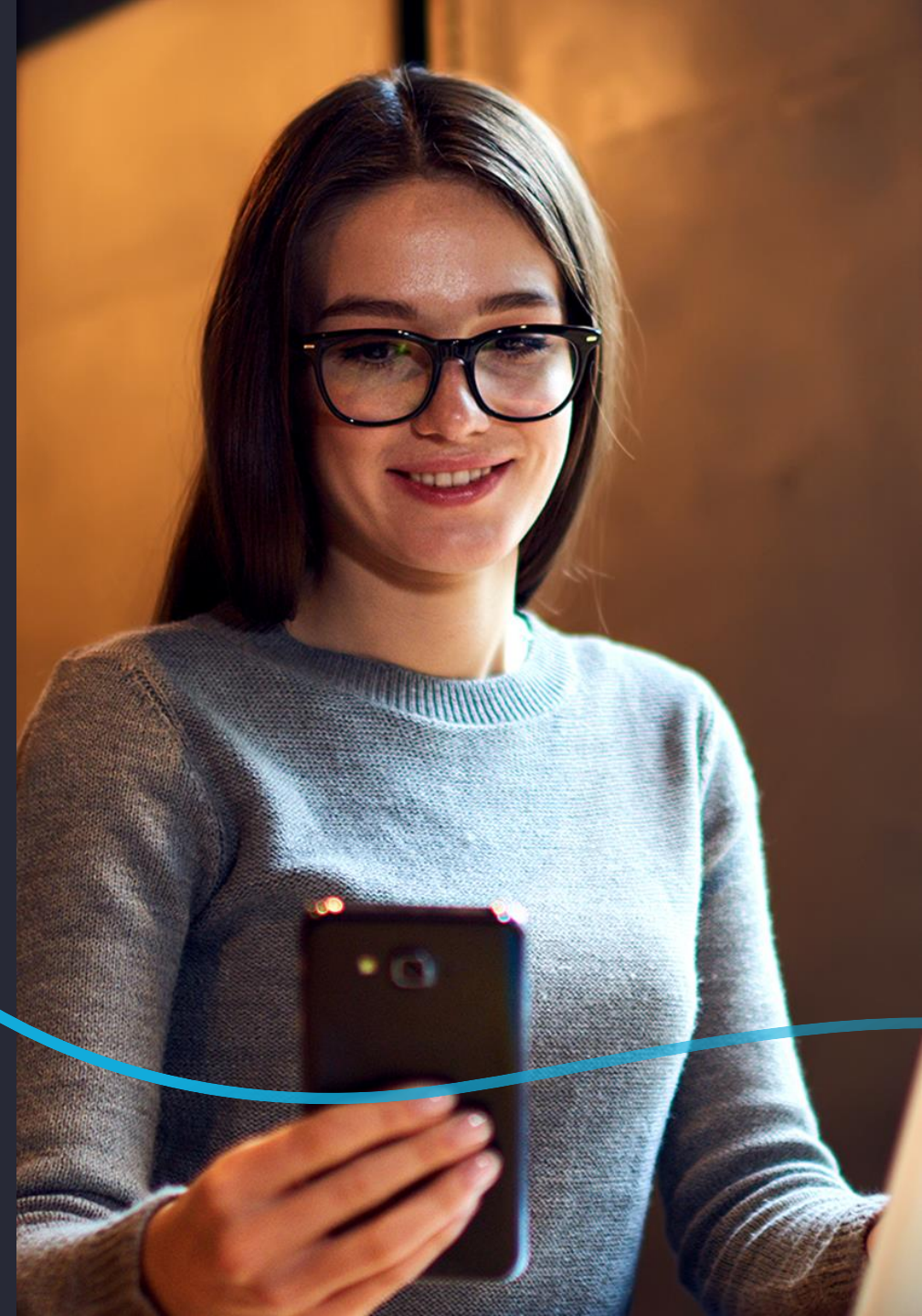


SEGUROS
MONTERREY

PRINCIPALES TENDENCIAS EN SEGUROS DE VIDA 2023

Ricardo Acacio

INNOVATION DAY

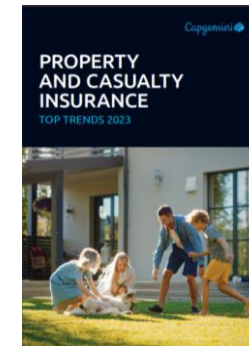
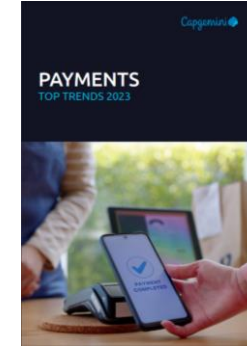


EL INSTITUTO DE INVESTIGACION DE CAPGEMINI FS OFRECE UNA AMPLIA GAMA DE INFORMES MUNDIALES Y LIBROS DE TENDENCIAS ESPECÍFICOS POR SECTOR

Informes Mundiales



Libros de tendencias



TENDENCIAS DE VIDA

El cliente es lo primero

Industria inteligente

Administración de empresa



Los agentes dotados de capacidades digitales avanzadas aumentan la productividad y el compromiso del cliente



Las asociaciones ecosistémicas ofrecen un camino hacia propuestas de valor financiero innovadoras



El seguro de vida integrado ofrece accesibilidad conveniente en el momento adecuado y en el canal correcto



Las iniciativas de bienestar como servicio profundizan el compromiso del cliente



Las aseguradoras se trasladan a operaciones basadas en la nube para impulsar la innovación y la excelencia operativa



Las aseguradoras de vida se dirigen a poblaciones más jóvenes con productos relevantes y experiencia digital del cliente



El uso en tiempo real de datos alternativos ayuda a automatizar y agilizar la suscripción



Las aseguradoras hacen de la sostenibilidad una prioridad corporativa estratégica



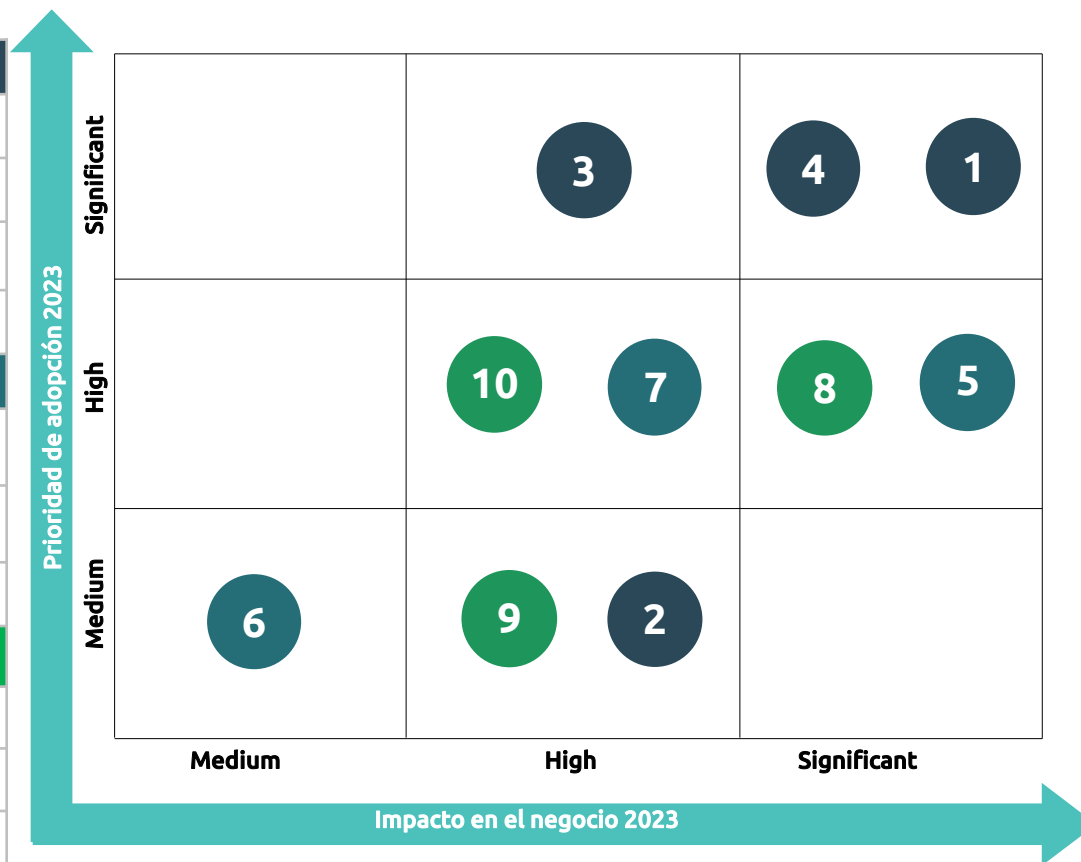
Los microservicios desbloquean nuevos ecosistemas de seguros y mejoran el recorrido del cliente



La modernización del sistema central impulsa la innovación en seguros de vida

PRINCIPALES TENDENCIA DE SEGUROS DE VIDA 2023 MATRIZ DE PRIORIDADES

El cliente es lo primero	
1	Los agentes dotados de capacidades digitales avanzadas aumentan la productividad y el compromiso del cliente
2	Las asociaciones ecosistémicas ofrecen un camino hacia propuestas de valor financiero innovadoras
3	El seguro de vida integrado ofrece accesibilidad conveniente en el momento adecuado y en el canal correcto
4	Las iniciativas de bienestar como servicio profundizan el compromiso del cliente
Industria inteligente	
5	Las aseguradoras se trasladan a operaciones basadas en la nube para impulsar la innovación y la excelencia operativa
6	Las aseguradoras de vida se dirigen a poblaciones más jóvenes con productos relevantes y experiencia digital del cliente
7	El uso en tiempo real de datos alternativos ayuda a automatizar y agilizar la suscripción
Administración de empresa	
8	Las aseguradoras hacen de la sostenibilidad una prioridad corporativa estratégica
9	Los microservicios desbloquean nuevos ecosistemas de seguros y mejoran el recorrido del cliente
10	La modernización del sistema central impulsa la innovación en seguros de vida



Source: Capgemini Research Institute for Financial Services Analysis, 2022

- La matriz anterior presenta la visión de Capgemini de la priorización de tendencias 2023 en un entorno operativo que incluye:
 - Aumento de la inflación y las tasas de interés junto con tendencias de estanflación
 - Intensa competencia y mayor enfoque en la centralidad del cliente debido a la entrada de jugadores de la nueva era
 - Interrupción operativa debido a la inestabilidad geopolítica
 - Sobrecostos operativos y alto bloqueo de capital
 - Actividad reguladora dinámica

¿QUÉ HA CAMBIADO Y QUÉ NO?

TENDENCIAS 2023	
1	Los agentes dotados de capacidades digitales avanzadas aumentan la productividad y el compromiso del cliente
2	Las asociaciones ecosistémicas ofrecen un camino hacia propuestas de valor financiero innovadoras
3	El seguro de vida integrado ofrece accesibilidad conveniente en el momento adecuado y en el canal correcto
4	Las iniciativas de bienestar como servicio profundizan el compromiso del cliente
5	Insurers move to cloud-based operations to drive innovation, operational excellence
6	Las aseguradoras de vida se dirigen a poblaciones más jóvenes con productos relevantes y CX digital
7	El uso en tiempo real de datos alternativos ayuda a automatizar y agilizar la suscripción
8	Las aseguradoras hacen de la sostenibilidad una prioridad corporativa estratégica
9	Los microservicios desbloquean nuevos ecosistemas de seguros y mejoran el recorrido del cliente
10	La modernización del sistema central impulsa la innovación en seguros de vida

TENDENCIAS 2022	
1	Las aseguradoras de vida están digitalizando los canales de distribución para proporcionar mayor comodidad, asesoramiento y alcance (CARE)
2	Las aseguradoras están revisando su estrategia de productos para apuntar a segmentos desprotegidos
3	La promoción de la salud y el bienestar se está convirtiendo en la corriente principal
4	Los nuevos modelos de negocio de seguros están permitiendo estrategias de comercialización más eficientes
5	Acortar los ciclos de desarrollo de aplicaciones se convierte en una prioridad para lograr estrategias de comercialización
6	Las aseguradoras están aprovechando fuentes de datos alternativas y tecnologías de inteligencia artificial para generar información procesable de los clientes.
7	Más aseguradoras de vida adoptarán plataformas en la nube para ganar agilidad operativa
8	Las aseguradoras están incorporando objetivos de sostenibilidad y ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en su estrategia
9	Las aseguradoras están experimentando con seguros integrados para ampliar el alcance
10	Las aseguradoras están ofreciendo servicios de valor añadido a través de una estrecha colaboración con socios del ecosistema

Nuevas tendencias

Empujados por los desafíos geopolíticos y financieros actuales, esperamos que las aseguradoras de vida permanezcan hiperefocadas en:

Modernización del sistema y microservicios para desbloquear nuevos ecosistemas y mejorar el recorrido del cliente.

Dirigirse a la población más joven con productos relevantes y CX digital de extremo a extremo

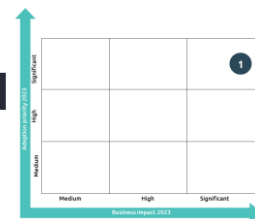
Evolución de las tendencias

- Ofertas integradas, bienestar y asociaciones de ecosistemas que impulsan el crecimiento
- Los agentes habilitados digitalmente, la nube y el uso en tiempo real de datos alternativos agilizan y simplifican los procesos
- Las aseguradoras centradas en el futuro están tejiendo la resiliencia ESG en su estrategia de sostenibilidad corporativa con acciones claras asignadas a los ejecutivos de C-suite

Tendencias despriorizadas

- La mayoría de las aseguradoras ya comenzaron a revisar la estrategia del producto y acortar sus ciclos de desarrollo de aplicaciones, y continúan con ellos. Las nuevas iniciativas fueron menos frecuentes
- El desarrollo de nuevos modelos de negocio puede no estar entre las principales prioridades de las aseguradoras a medida que navegan en un entorno económico cada vez más ambiguo.

AGENTES EMPODERADOS CON CAPACIDADES DIGITALES AVANZADAS AUMENTAN LA PRODUCTIVIDAD Y EL COMPROMISO DEL CLIENTE



Los agentes equipados digitalmente son más fructíferos y eficientes

010
10110
1110

Datos del cliente en tiempo real para una experiencia de cliente superior

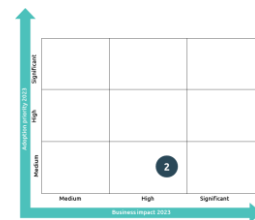
Mejor
Gestión de la relación con el cliente

Eficaz
Monitoreo de ventas y compromiso

Mejor
Venta cruzada y venta ascendente

Los agentes con herramientas digitales pueden ayudar a las aseguradoras a manejar de manera rápida y eficiente los requisitos de los clientes.

LAS ASOCIACIONES DE ECOSISTÉMICAS OFRECEN UN CAMINO HACIA PROPUESTAS DE VALOR FINANCIERO INNOVADORAS

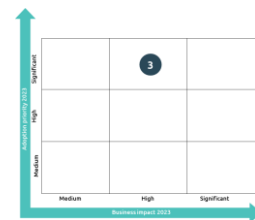


La colaboración del ecosistema puede ayudar a las aseguradoras de vida a crear resultados financieros positivos para los asegurados



Las aseguradoras colaborarán con los socios del ecosistema para ofrecer experiencias personalizadas que ayuden a los asegurados a alcanzar los objetivos financieros a largo plazo.

EL SEGURO DE VIDA INTEGRADO OFRECE ACCESIBILIDAD CONVENIENTE EN EL MOMENTO ADECUADO Y EN EL CANAL CORRECTO



El seguro integrado como un cambio de juego estratégico que impulsa la experiencia del cliente (CX)

¿Qué tiene de atractivo el seguro integrado?

PARA ASEGURADORAS DE VIDA

Acceso a nuevos mercados y una base de clientes ampliada

Llegar a los clientes en el momento y lugar adecuados

Oportunidad de realizar ventas cruzadas a través de paquetes

PARA CLIENTES

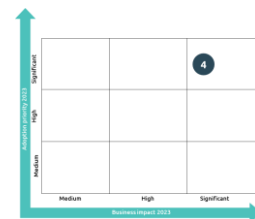
Ofertas personalizadas

Compras de seguros rápidas y sin complicaciones

Cobertura integral y CX conveniente

El seguro integrado crea experiencias de cliente perfectas que impulsan el crecimiento entre los segmentos de clientes desatendidos.

LAS INICIATIVAS DE BIENESTAR COMO SERVICIO PROFUNDIZAN EL COMPROMISO DEL CLIENTE

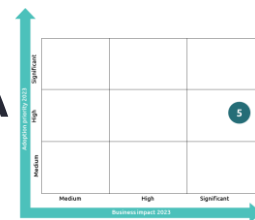


El bienestar como servicio permite una propuesta beneficiosa para las aseguradoras de vida y los asegurados



Las aseguradoras de vida centradas en el futuro están reevaluando las propuestas de valor de larga data y agregando el bienestar como un pilar de compromiso con el cliente.

LAS ASEGURADORAS SE TRASLADAN A OPERACIONES BASADAS EN LA NUBE PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN Y LA EXCELENCIA OPERATIVA

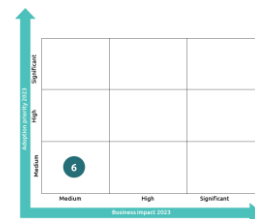


Las operaciones basadas en la nube pueden crear una infraestructura digital preparada para el futuro



Las soluciones en la nube permiten a los operadores mejorar la experiencia del cliente e impulsar la excelencia operativa.

LAS ASEGURADORAS DE VIDA SE DIRIGEN A POBLACIONES MÁS JÓVENES CON PRODUCTOS RELEVANTES Y EXPERIENCIA DIGITAL DEL CLIENTE

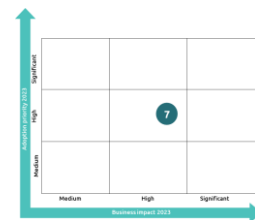


Una experiencia digital integral crea conexiones más profundas, lealtad a la marca y retención

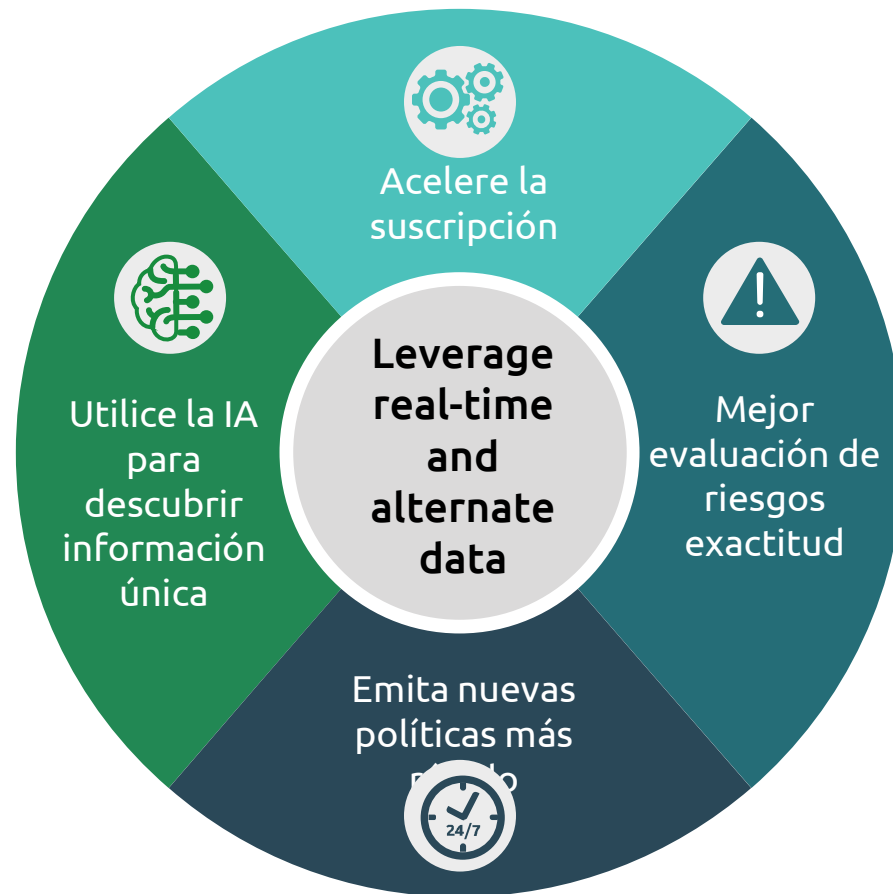


Un proceso de solicitud simplificado y una experiencia del cliente acogedora, no desalentadora, ayudan a los operadores a atraer a los millennials ocupados.

EL USO EN TIEMPO REAL DE DATOS ALTERNATIVOS AYUDA A AUTOMATIZAR Y AGILIZAR LA SUSCRIPCIÓN

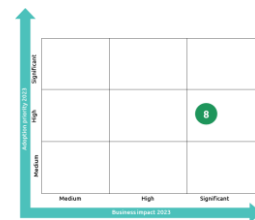


La integración de datos alternativos en tiempo real de fuentes de terceros puede transformar la suscripción



Al integrar datos en tiempo real de fuentes de información de terceros, las aseguradoras de vida tienen una oportunidad única para transformar el proceso de suscripción.

LAS ASEGURADORAS HACEN DE LA SOSTENIBILIDAD UNA PRIORIDAD CORPORATIVA ESTRATÉGICA

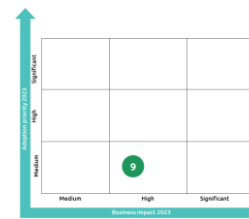


Integrar la resiliencia ESG (ambiental, social y de gobierno) en la estrategia de sostenibilidad corporativa



Las aseguradoras de vida están asumiendo un número cada vez mayor de ESG y el compromiso de proteger el medio ambiente y prevenir riesgos futuros.

LOS MICROSERVICIOS DESBLOQUEAN NUEVOS ECOSISTEMAS DE SEGUROS Y MEJORAN EL RECORRIDO DEL CLIENTE

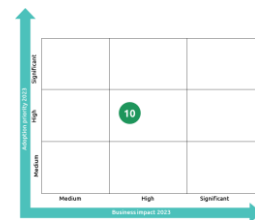


La adopción de la arquitectura de microservicios tiene varias ventajas

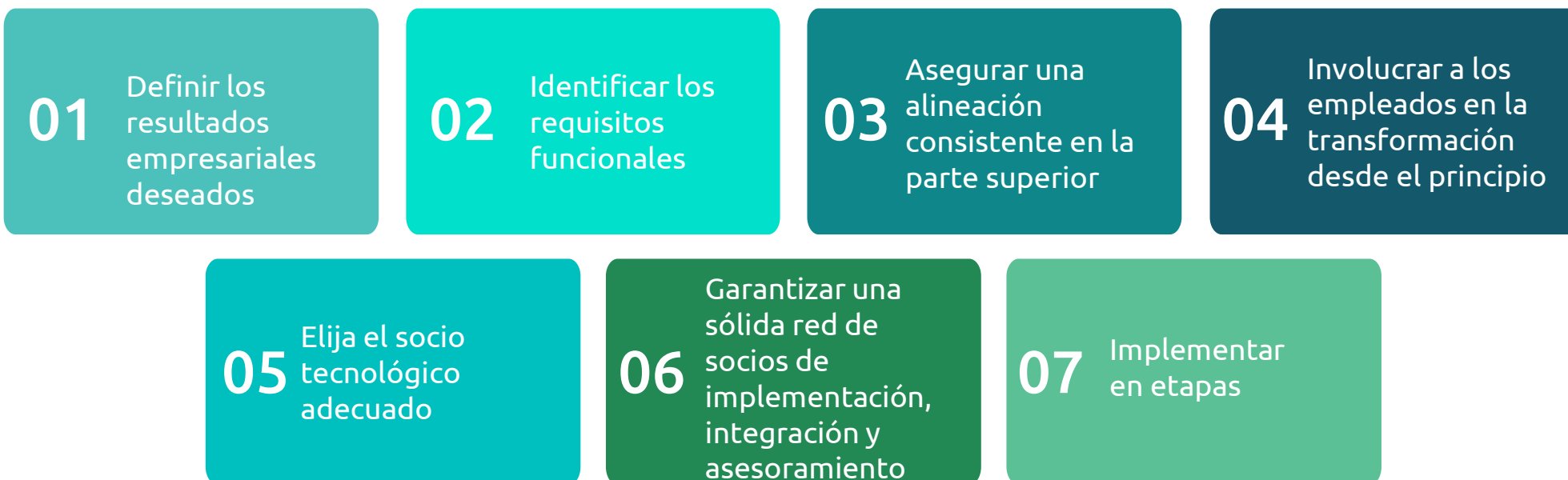


A medida que más consumidores adoptan el compromiso digital, las aseguradoras están dispuestas a adoptar una arquitectura de microservicios para optimizar el rendimiento empresarial y mejorar la experiencia del cliente.

LA MODERNIZACIÓN DEL SISTEMA CENTRAL IMPULSA LA INNOVACIÓN EN SEGUROS DE VIDA



Adopte un enfoque paso a paso para la modernización del sistema central



A diferencia de las aseguradoras de seguros generales, muchas aseguradoras de vida acaban de comenzar a modernizar sus sistemas centrales. Racionalizar, simplificar y modernizar las aplicaciones y la infraestructura es ahora una prioridad.



**GET THE
FUTURE
YOU WANT**



About Capgemini

Capgemini is a global leader in partnering with companies to transform and manage their business by harnessing the power of technology. The Group is guided everyday by its purpose of unleashing human energy through technology for an inclusive and sustainable future. It is a responsible and diverse organization of over 360,000 team members more than 50 countries. With its strong 55-year heritage and deep industry expertise, Capgemini is trusted by its clients to address the entire breadth of their business needs, from strategy and design to operations, fueled by the fast evolving and innovative world of cloud, data, AI, connectivity, software, digital engineering and platforms. The Group reported in 2022 global revenues of €22 billion.

Get The Future You Want | www.capgemini.com



This presentation contains information that may be privileged or confidential and is the property of the Capgemini Group.

Copyright © 2022 Capgemini. All rights reserved.