

**Ciudad de México, 12 de mayo de 2026.**

**Versión estenográfica de “Repensando la IA en el sector asegurador: Desde la suscripción hasta la cadena de valor completa”, dentro del marco de la 35ª Convención de Aseguradores AMIS, llevada a cabo en las instalaciones de Expo Santa Fe, en esta ciudad.**

**Presentador:** Vamos a seguir con nuestra próxima sesión, una conferencia de dos personas a las que me voy a presentar.

El tema es: Repensando la IA en el sector asegurador: Desde la suscripción hasta la cadena de valor completa.

Déjenme presentarlos.

Bienvenido el Head of Commercial IP&C Insurance de Amazon Web Services, AWS, Arno de Wever. Un aplauso para él, por favor.

Y también con nosotros, le doy la bienvenida al Director de Gestión, Engineering de Deloitte Consulting, LLP, con nosotros, Christian Schneider.

Señoras y señores, con esto, comenzamos nuestra conferencia. Bienvenidos a la sesión de hoy.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Hola a todos.

Muchísimas gracias por estar aquí. Gracias por la invitación a la bella Ciudad de México.

Soy Christian Schneider, he trabajado con Deloitte desde hace cinco años, empecé con Amazon, en la industria de los seguros.

Y hace dos años la conversación empezó a cambiar hacia la IA generativa, también a la agéntica y hoy, obviamente, es el Foro predominante en la transformación de las industrias. Vengo de Nueva York.

Algunas de las perspectivas se enfocarán en los Estados Unidos, pero les compartiremos un poco sobre lo que vemos en nuestro mercado y lo que podría estar llegando al mercado de México también.

Arno.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Yo soy Arno, trabajo en Amazon Web Services.

Vengo de Londres. De hecho, pasé 20 años trabajando con empresas, compañías de seguros. Y voy a compartir mi experiencia en este campo.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Tenemos el mercado europeo y el estadounidense, veremos el panorama actual, los cambios que estamos observando en muchas de nuestras empresas en el mercado, cómo abordan y adoptan la IA, cómo obtener valor de la IA y por dónde empezar en general. Y también nos gustaría escuchar sus ideas y pensamientos sobre el tema.

¿Qué es lo que hemos aprendido sobre el mercado mexicano?

Somos nuevos, pero es algo fascinante lo que hemos visto en nuestra investigación, tendencias importantes que queremos mencionar, ver cómo la IA nos puede ayudar. Obviamente, no son todas las que vemos en pantalla, pero hay mucho en temas de ciberseguridad, eventos catastróficos. Es un tema en Estados Unidos y en Europa también.

Movimientos, cambios recientes en políticas comerciales que han generado también crecimiento en ciertos tipos de seguros, cambios en plataformas que afectarán el área de PNC y obviamente los costos, que son otro tema importante; demanda de personalización en los servicios, crecimiento del mercado, la digitalización, los nuevos modelos de distribución también afectan la industria de los seguros.

Vemos estas tendencias en los mercados. Y vamos a compartir nuestras historias de Europa, de los Estados Unidos, que pueden ser relevantes también para ustedes.

¿Qué vemos en los mercados europeo y estadounidense? En los últimos dos años hemos visto grandes cambios de lo que llamamos experimentación o proyectos científicos con la IA a la implementación de la IA.

Primero, soluciones muy obvias, de punto a punto, que se han convertido en sistemas completos en nuestro negocio, aumentando las eficiencias, buscando transformar el negocio.

Y seguramente ya lo habrán escuchado, pero la IA no solamente se ve como algo que va a reducir nuestros costos operativos, sino que transformará el negocio, la fuerza laboral digital en aumento, el cómo vamos a atraer empleados, cómo vamos a lograr que utilicen la IA, los avances. Hay un poco de resistencia todavía de la fuerza laboral para la adaptación, y también es una fuerza estratégica.

Nosotros trabajamos en conjunto y con socios, pero si no tenemos la experiencia, ¿cómo vamos a construir las alianzas estratégicas que se van a beneficiar también de la IA?

Y todo esto nos lleva a la adopción de dispositivos de inteligencia artificial integrados hacia modelos patentados, propiedad de cada empresa. Pero lo que tienen las empresas de seguros, las compañías aseguradoras, son datos sobre el historial de siniestros. Le permitirá utilizar estos datos para tomar mejores decisiones en el futuro, y la IA nos va a ayudar a hacer esto con mayor efectividad.

Pero ¿qué pasa si los datos no están accesibles? Si están en un viejo equipo, una computadora ya antigua, es algo que también vamos a tocar en breve, qué hacer en estos casos.

La adopción, no es un proyecto informático, es un proyecto de operaciones con apoyo de informática, del área informática.

Así que nuestra presentación se divide en cuatro áreas en operaciones que apoyan el uso de las nuevas tecnologías emergentes.

En primer lugar, creo que Arno va a hablar sobre la modernización de las aplicaciones, accesos.

Yo hablaré de la modernización de datos de legado, de equipos de cómputo antiguos.

Así que bueno, de una vez le voy a pasar el micrófono a Arno.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Desde la perspectiva de Amazon, tenemos principios de liderazgo. Y el primero es ver las cosas desde el punto de vista del cliente.

¿Cómo asegurar que el centro del proceso se trate de la legislación? Ahora podemos identificar necesidades en el mercado y crear productos accesibles al asegurado, en forma mucho más expedita. Estos han sido cambios de unos cuantos meses apenas.

Y el segundo es la personalización. Identificar cuál es la necesidad del cliente y atender esa necesidad, sugerir coberturas en vez de ofrecer una cobertura amplia, por ejemplo.

Otro tema es la capacidad de utilizar tecnologías para cambiar la forma en la que manejamos los productos. Lo que se llama la *embedded insurance* se vuelve cada vez más popular.

También estamos observando que bueno, yo no quiero pagar un seguro de viaje anual solamente cuando vaya a viajar o vaya a esquiar, por ejemplo, que representa un mayor riesgo para mí, que no esquío tanto, adaptar la adquisición del producto a las necesidades individuales.

Y lo que también se ha vuelto más y más importante es la prevención de riesgos, que ese accidente ni siquiera ocurra.

Vemos cada vez más seguido que, por un lado, se reclama un costo por un riesgo, pero el número de reclamaciones ha disminuido al mismo tiempo porque el usuario puede interactuar con el producto mucho más fácil y también evitar accidentes.

Ahora, cuando ocurre un accidente, también la solución es mucho más rápida, también poder predecir la ruta que va a tomar una reclamación, entender mucho mejor qué es lo que ocurrió y proponer una solución.

Todas estas son cosas que nos permiten, nos ayudan al cliente también al asegurado beneficiarse de su seguro y también la forma en la que ellos ven la inteligencia artificial.

Ahora, hablemos de parte de la experiencia que tenemos en el mercado, no de toda la cadena de valor.

Lo primero que vamos a ver, un obstáculo en seguros que hemos tenido, seguros de vida, de salud, seguros médicos, seguros comerciales, es que los datos que nos llegan, llegan en forma poco estructurada, en forma muy diversa.

Vemos que todavía hoy llega una solicitud y ya sea que nos lo manda un colega de la organización, o tenemos un tercero que lo procesa y esto lleva tiempo, no siempre hay alto grado de precisión y se pierde algo en el proceso.

Lo que vemos que esto ya ha cambiado, gracias a que la mayor parte de la información se puede usar para generar un reporte estructurado, de la misma forma siempre en seguros comerciales, por decirlo, solamente el 20 por ciento de las solicitudes que llegan a un suscriptor llega a ingresarse en la herramienta de cotización.

Esto significa que, como organización de seguros, no sabemos qué riesgos están entrando por la puerta, no tenemos la capacidad de decir cuáles son las solicitudes que debemos estar suscribiendo, pero ahora que abrimos la puerta y digitalizamos todo lo que entre por la puerta principal, podremos priorizar los riesgos mucho mejor, anticipar, presentar al suscriptor una lista priorizada de lo que deben atender. Y eso es lo que se puede hacer con la inteligencia artificial generativa.

Para reestructurar el tema financiero en los Estados Unidos, tres, cuatro semanas, semanas para sacar una cotización para una alianza financiera. La misión es reducir esto a un solo día, lo que antes llevaba tres, cuatro semanas, para regresar una cotización en un solo día, bueno, es un arduo esfuerzo, pero al menos tener esta posibilidad de que el suscriptor tenga una lista de prioridades y que pueda escoger el primero que sea más relevante, probablemente de mayor importancia y enfocarse en esto. Esto es lo que tratamos de lograr también en el tema de los seguros de vida, de gastos médicos.

En el Reino Unido para seguros de vida, tenemos la capacidad de procesar automáticamente 75 por ciento de todas las solicitudes que nos llegan, porque tenemos buenos datos y el resultado que se obtiene también es bueno, este 75 por ciento. Pero hay otro 25 por ciento que es un problema, es un proceso que tal vez no puedan decidir si lo van a aceptar o van a rechazar con base en los datos.

Hablando con los suscriptores, decimos, bueno, hay que reducir este 25 por ciento a cinco por ciento, pero empezando a pensar en el tema, la situación cambia. Lo que podemos hacer con la IA es, podemos resumir los datos, podemos identificar los riesgos, datos de conflicto, hacer evaluaciones. Lo que podemos hacer es, en vez de pasar tres horas, reducirlo a 30 minutos y esto, obviamente, para un suscriptor va a ser que sea mucho más eficiente. Y eso cambia todo el juego.

Ahora, desde la perspectiva del cliente o las predicciones, es saber del tipo de siniestro cuánto tiempo va a resolver, va a necesitar para resolverse, poder predecir si habrá alguna complicación con base en un historial, o simplemente poder tomar un documento y saber si fue generado por la IA, poder ver la imagen, ver el daño, si es real, ver los patrones de los datos. Todo, todo, todo tiene su importancia. Y son habilidades, pues, simples, o más bien no tan simples, pero como un poco mágico el poder enviar correos o hablarle a la persona por su nombre, saber cuáles son sus preferencias, darles información relevante en vez de darles algo genérico.

Hablando en forma un poco más específica, desde la perspectiva de la aseguradora, voy a darles un ejemplo.

Yo he trabajado para aseguradoras muchos años de mi vida ni siquiera quiero decirles cuántos, pero el número de solicitudes que a veces recibimos es irreal; yo veo las soluciones de administración, de pólizas para alianza y 165 aplicaciones o solicitudes que encontré.

Cualquier contacto con el cliente va a pasar por diversas soluciones, significa si es el suscriptor, si es el gestor de la reclamación o si es un agente, va a tener varias solicitudes abiertas por ahí; estamos ahí en el escritorio, giramos la silla, copiamos y pegamos, muchas hojas de cálculo de Excel con las que trabajamos y significa que nuestros datos están divididos en muchos sistemas diferentes.

A veces hay información que entra en conflicto con lo que tenemos en otro lado y la capacidad de servirnos como cliente. Muchos clientes querrán hacer eso, no porque quieren trabajar extra, sino porque reconocen que es más rápido el autoservicio que tener que llamar a un agente en un centro telefónico; si ellos tienen todos esos sistemas diferentes, es casi imposible de hacer.

Entonces, ¿hacia dónde vamos? Y lo que las herramientas modernas nos permiten hacer es tener una experiencia de un solo canal. Debemos poder tener el documento, adjuntar una imagen, después pasar a la aplicación de *web* y ahí poder llamar sin tener que pasar por un proceso de identificación porque alguien ya vea quién soy yo; es conjuntar toda la información que necesitamos en un centro de conocimiento, básicamente, que es el agente de contacto del centro de atención puede hacer referencia y verificar de inmediato qué pasó, quién es, y procesar ir al siguiente paso.

Enviar a alguien que les ayude a verificar el siniestro, asistencia médica, etcétera, todo lo que se requiera en el proceso y poder ver los datos en todos los sistemas del legado también que tenemos. No es algo que se hace en forma como magia después de 40 años de otros tipos de administración que Cris ahorita nos va a hablar en mayor detalle sobre esto. Toda esta integración hace que las cosas fluyan mejor, que sean más sencillas.

Hace cinco o 10 años, cada interacción de un sistema con el otro tenía que desarrollarse, ponerse a prueba, etcétera, muy tardado, con la ayuda de la IA, este proceso se agiliza mucho más; la capacidad de generar, de replicar flujos de datos en diferentes sistemas es mucho más fácil hoy en día, es muy, muy importante.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Así que, en palabras más prácticas todavía, desde la perspectiva estadounidense, en Deloitte somos una compañía grande, importante en los Estados Unidos y se nos pidió modernizar nuestro centro de servicio telefónico. No sé si todavía se utiliza esta palabra, pero es un centro telefónico, se reciben llamadas, hay horas pico, cuando hay, por ejemplo, una tormenta y todo el mundo está llamando para reportar algún daño. Pero solo tenemos un número fijo de personas que pueden atender las llamadas, son llamadas de uno a uno, el que llama y el agente. Así que hubo momentos de larguísima espera para las personas que querían hablar y llamarnos, obviamente, con bajo nivel de satisfacción.

Otra cosa que vimos en el video es que trabajamos del cliente hacia atrás. Identificamos tres casos de uso.

Nos enfocamos en el cliente y lo que hicimos fue crear un agente con voz integrada y funcionalidades de *chat* y eso lo conectamos a los sistemas de *backend*.

Se presentó este agente como un asistente virtual y la primera cosa que pasaba es que 31 por ciento de las llamadas elegibles se desviaban hacia el agente virtual, los que necesitaban hablar con agente ahora automáticamente se conectaban y los clientes salían más satisfechos y también la organización del seguro.

Es interesante porque hace dos años más o menos hubo un movimiento para crear soluciones basadas para centros de contacto, es algo básico. Yo de hecho, contraté a otros para ayudarme con eso,

Pero en los últimos dos años nos dimos cuenta que este contacto con el cliente hace toda la diferencia, nos diferencia en el mercado, no lo podemos tercerizar, no podemos subcontratarlo, hay que gestionarlos por cuenta propia en forma mucho más intensa, hay que personalizar la experiencia.

Ahora con la IA lo podemos hacer más eficiente para que el individuo del centro de contactos pueda recolectar la información que necesita para procesar las cosas, pero también la automatización fácil por teléfono, picar número uno o dos, articular algo verbalmente sin tener que hablar a veces con alguien, pero directamente poder ver en mi aplicación para que pueda ver que hubo un contacto y que se están llevando a cabo las acciones necesarias.

Esta experiencia requiere acceso a datos robustos y el balance en el uso de la IA para asegurarnos de que casi, casi podamos predecir lo que el cliente hará como siguiente paso, tomar los pasos incluso antes de que se nos pida. Y ese es un gran diferenciador; los contextos, bueno, se vuelven más y más importante.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Y sí, las aseguradoras se están convirtiendo en algo más central, no es que alguien llame, sino que es un centro de comunicaciones, básicamente. Y esto ha adquirido gran importancia, esta comunicación.

Ya hablamos de todo lo que la IA puede hacer, pero todo empieza por los datos para cosechar los beneficios de la IA, debemos tener nuestros datos en orden para tomar mejores decisiones en forma más rápida, hay que pensar realmente en qué es lo que vamos a hacer con los datos. No es que toda la organización tenga que ser correcta cada pieza de información, sino que identificar qué necesito para llegar a un resultado deseado; analizar cómo voy a obtener los datos con la calidad correcta en el lugar correcto para poder usar la IA.

Vimos el ejemplo de Bedrock en el video, pero es saber cómo podemos utilizar la IA para lograr obtener esos resultados personalizados. Pero lo que es importante es, antes de empezar a construir un agente de IA, pensar si nuestros datos son los correctos, están en el lugar correcto.



Vemos la posibilidad, por ejemplo, de diferentes aplicaciones, diferente *software* para recolectar datos, ponerlos en cierta forma y colocar los datos en donde se pueden agregar y estar disponible para los usuarios finales. Esto es muy importante, porque si no lo hacemos, no vamos a poder escalar nada de lo que hagamos.

Habiendo dicho eso, regreso al micrófono a Christian.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** El problema no es que todos, todos tenemos una cantidad increíble de datos, los logramos gestionar para poder beneficiarnos de ellos en la mayor medida posible.

¿Cuántos tienen un mainframe en una computadora de estas viejas todavía en sus ambientes donde viven? ¿A quiénes les encantan estos mainframes, estas computadoras viejas?

Aquí está el reto fundamental de las tecnologías viejas que hemos usado por muchos años. Siempre ha sido muy costoso cambiar de tecnologías viejas hacia nuevas.

Y escuchamos: “Ay Dios, estos sistemas viejos ya no son confiables, se vuelven más y más costosos en su gestión. Los programas Cobalt, que tienen 60 años, y ya nadie los conoce. Ahí están esos procesos rígidos que dan flojera, nadie quiere lidiar con ellos.

Y llegamos a un punto de inflexión en donde con la velocidad del cambio de las tecnologías ya no podemos ignorar las tecnologías tipo legado que existían anteriormente; presentaciones de los directores a las juntas pidiendo millones de dólares para hacer los cambios a nuevos sistemas, pues ya se les presta atención y se les está asignando presupuesto; porque estos puntos de ventaja que son los datos, si no podemos tener acceso a ellos, estaríamos más que rezagados de estos sistemas con códigos viejos, lo que sea que esté corriendo en los sistemas antiguos.

Esos sistemas tienen más edad que nuestros hijos mayores ya a estas alturas de la vida, pero hay que reconocer que hay una necesidad ahí. ¿Y cómo abordar esta necesidad? Hay que entender hacia dónde nos dirigimos, y hay mucha discusión con negocios de cómo ven su futuro, cuáles son las limitaciones del mundo real.

Y empezamos a ver, bueno, hay que tener un excelente entendimiento del entorno actual antes de movernos hacia el futuro. Hay muy buenas tecnologías, Deloitte tiene una serie de productos, también en donde podemos meter una aplicación en el ambiente y ayudar a esta computadora que ni siquiera ya se está utilizando, que está ahí y nos está costando dinero. Y las aplicaciones se pueden integrar unas con otras o hay aplicaciones que utilizan conjuntos de datos en común, si queremos eliminar uno, vamos a descomponer todo.

Entonces, cuando empezamos a ver esas viejas tecnologías, cómo las vamos a, si tenemos realmente un entendimiento de ellos y si no, cómo lo vamos a obtener, qué es lo que nos espera.

Y seguimos una estrategia diciendo, bueno, ¿cuáles son las partes estratégicamente importantes de este equipo y cuáles son los que tienen un impacto financiero? No sé, parezco consultor aquí, pero esta matriz de dos por dos, alto potencial, estratégicamente estable, etcétera, pero hay que identificar las funciones, el trabajo que está ocurriendo en estos sistemas antiguos y empezar a extraerlos de tres diferentes maneras.

Uno, tomar el código viejo, pasarlo por una solución de IA y meterlo en Java o de Cobalt, no sé, hay esas herramientas que me permiten modernizar aplicaciones en forma muy sencilla.

A veces hay que aplicar una reingeniería porque las aplicaciones ya no funcionan y en otros casos decir, bueno, esta aplicación es un desastre, necesitamos algo totalmente nuevo y es cuando vamos a las nuevas soluciones con la IA y generamos una nueva aplicación. Pero para el largo plazo es un tema de importancia crítica.

Una empresa de los Estados Unidos, una transportadora, se nos acercó, bueno, un diseño importante, monolítico, habilidades limitadas, ya nadie sabía cómo manejar el sistema antiguo y tratamos de encontrar soluciones comerciales disponibles y construirles una estrategia holística para llevarlos al resultado que ellos buscaban.

Se documentó desde el primer momento todo el proceso, pues tal vez lo que hacía la computadora hace 20 años, la gente ya ni siquiera está viva, los que trabajaban con ello, pero tenían que entender las dependencias, tenían que generar mapas de rutas y no solo era la solución, sino entender el proceso, priorizar, y se suponía que lo íbamos a hacer todo en 18 meses. Algunos dicen que va a ser más, otros que

menos, pero es algo que obviamente implica un gran estrés para las personas, para la compañía y creo que es algo que hay que enfrentar. Son conversaciones fascinantes y, bueno, en estas conversaciones estamos actualmente con ellos.

Vamos al cuarto tema, que es cómo convencer a la gente que le entre al trabajo en la inteligencia artificial.

Aquí tenemos un proceso de negocios en una aseguradora y resaltamos las partes que pensamos que pueden tener un mayor impacto a través de la IA. El punto es que casi son todas las áreas en la organización, tal vez con un menor impacto que otras, pero básicamente todas las áreas de la organización van a tener alguna influencia de la IA y hay que darnos cuenta de esto, y no es un problema tecnológico como tal.

Ahora, ¿cómo abordar? ¿Cómo atraer nuevo talento cuando no existe? ¿Cómo darles nuevas habilidades al personal que ya tenemos cuando hay renuencia al cambio? ¿Y cómo conservamos, cómo mantenemos a las personas valiosas en nuestras compañías?

Daremos ejemplos, habrá muchos paralelos que tal vez podrán observar de los ejemplos que les vamos a dar de Estados Unidos y de Europa con México. Se van a crear más de mil millones de nuevos empleos en los Estados Unidos. Aquí yo creo que las universidades ni siquiera pueden sacar a tantos graduados como para cubrir todos estos puestos necesarios, el 70 por ciento serán trabajadores técnicos que van a recibir múltiples ofertas al buscar trabajo.

En un año de ofertas de trabajo que requieren conocimientos de IA, subió por más de mil 800 por ciento este requerimiento y lo curioso es que, bueno, análisis, programación, pero *storytelling*, contar historias, también es una diferenciación importante en la solución de los sistemas de IA.

Si hace años quería contratar a un programador, hoy ya le puedo pedir a mi hermano, básicamente, que haga este trabajo. El mundo ha cambiado, la gente ha adquirido diferentes habilidades y está esta parte de humanidad, de filosofías, la comunicación, el contar historias.

Todo es parte del proceso y va a ser crítico. No solamente saber codificar, sino también visualizar nuevos modelos de negocios, por ejemplo; entonces hay que considerar para este fin que las tecnologías

nuevas siempre van a ser competitivas, modelos de talento, programas de rotación en donde las personas pueden adquirir diferentes experiencias, utilizar servicios gestionados en áreas donde no existe, buscar a alguien más para ciertas áreas donde hay negocios, contratos, los *freelancers*, todas esas jerarquías tradicionales van a empezar a desaparecer.

Tiene que romperse esa tendencia, la eficiencia y técnica de profesionalismo. Obviamente no tiene que ser un programador, pero tiene que sentirse cómoda con la tecnología.

No sé si tengas algo más que agregar sobre cómo atraer este talento.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Cuando trabajaba yo con aseguradoras, veía que les costaba trabajo atraer los talentos técnicos; veíamos las organizaciones que contrataban a alguien y esa persona decía: “Ah, una pantalla negra con verde, ¿qué es esto? Y se iban y ya no querían”. Ahora vemos que 25 por ciento de las inversiones serán en IA el año próximo.

Así que tenemos que lograr que la fuerza laboral tenga cierto tipo de afinidad y pueda usar esas tecnologías, no solo las actuales, sino también atraer a personas que están ingresando apenas en los mercados laborales o están migrando entre mercados.

No solamente es retener el talento existente, sino también volvernos atractivos para las siguientes generaciones.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Hablando de desarrollo de talentos, estimamos que 23 por ciento de la población vaya a jubilarse en los próximos años.

También el mercado de Deloitte, bueno, van a retirarse el 65 por ciento de Deloitte en cinco o 10 años, y las tecnologías van cambiando cada dos años. Básicamente lo que aprendemos hoy, a lo mejor en dos años ya no tendrá relevancia. Así que la capacitación continua de los empleados es de suma importancia.

Programas de capacitación a nivel interno para el negocio y también para la parte informática. Importantísimo, hay cosas gratuitas, hay cursos gratuitos que podemos tomar, cursos avanzados sobre temas. Cada curso, no sé, un par de horas crítico para mí.

Y ahora la compañía nos obliga a todos, no solo a algunos, sino a todos en la organización, parte de los objetivos gerenciales es participar en ciertos cursos y aprobarlos; algunos son más generales, otros más enfocados en la organización, pero ya no es opción que la gente diga: “Ay, no, no, no, eso a mí no me interesa”. Se ha vuelto parte central y crítica y obligatoria.

Cursos de planeación, manejo de tiempos, gestión de tiempos y también dedicar tiempo a estas habilidades en el uso de *software*, no solamente participar en la capacitación, sino tener la oportunidad de practicar y poner en práctica básicamente los conocimientos adquiridos; 47 por ciento de los trabajadores técnicos identifican quiénes son sus colegas. Siempre escuchamos: “Bueno, yo no dejo a mi compañía, no dejo a mis amigos, si me voy es por el jefe”.

Vemos estos equipos de trabajo tan unidos. El 35 por ciento de los trabajadores dicen que trabajan en esas tecnologías nuevas de *open source* para adquirir nuevos talentos.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** También la satisfacción en el lugar de trabajo, tienen que sentir que tienen un propósito por ir al trabajo todos los días. A veces nos sentimos un poco perdidos.

Pero son términos muy básicos que mencionamos cuando hablamos de la retención del talento y esto se aumenta cuando hablamos de un entorno donde las tecnologías van cambiando vertiginosamente, de los mercados laborales que se enfocan en la colaboración en vez de las jerarquías.

Los millennials, las generaciones X, Z, los que están en sus años 20, 30, también adquieren gran relevancia dentro de estas organizaciones, así que hablamos de la modernización de las solicitudes, la importancia de los datos; hablamos de los equipos de cómputo viejos, cómo aprovechar esos sistemas delegados; hablamos también sobre el talento, la gestión de talento, retención de talento.

Hablando de la modernización, hay temas muy importantes, las habilidades, el servicio y la atención hacia el cliente, obviamente la fuerza laboral, los cambios necesarios en ellos, los impactos de la inteligencia artificial en nuestras inversiones a futuro, tomar ahorros, invertirlos en las partes críticas de la organización, la modernización de

los datos es una habilidad. No hay escasez de datos en la industria del seguro, hay una escasez de infraestructura para gestionar los datos.

Y esperamos que este mensaje se quede con ustedes, y el desempeño y valorar ese desempeño.

Recientemente, en una de las compañías donde trabajamos, esperaban aumentar sus ingresos en cuatro mil millones de dólares sin aumentar el número de reclamaciones. También el aumento de la eficiencia en nueve por ciento hay resultados tangibles utilizando la IA en mercados europeos estadounidenses.

Los seguidores de PNC pueden decir que ya están abarcando o ya están cubriendo todo el modelo de operaciones con la IA.

Yo trabajo más que nada en el espectro de suscripciones. Un asegurador comercial, yo hablo con ellos básicamente cada semana.

Lo que veo es que hay mucho interés, hay un gran interés, lo cual es muy bueno para mí. Y bueno, vamos a poner el concepto a prueba. Vamos a decir que estoy en nueve meses, pero ya.

Esto ya no es necesario. Podemos priorizar, gestionar, asignarle valor a los riesgos de sus suscripciones en tres días.

En las reclamaciones hay que poner la prueba, pero la prueba del concepto ya se puede hacer en cuestión de días.

Y esto es lo que hay que empezar a considerar, empezar de inmediato. Lo importante es que hay que saber en dónde se encuentran nuestros datos.

Y lo más importante también es empezar a trabajar con los datos que vienen de afuera de la organización, pero no lidiamos con sistemas de legado, pero obtenemos los datos de otras partes, generar una prueba de concepto, crear valor desde un primer momento, y cualquier cosa que tomemos primero que sea escalable, que no sea algo que tiramos el día siguiente y nos quedamos con nada, y asegurarnos que tenemos KPI muy estrictos, usen casos relevantes y empiecen a medir.

Si pueden demostrar que, a ver, aquí pude reducir mis tiempos de suficiente a 30 por ciento, eso es tangible, y entonces podemos usar otro caso más y otro caso más y otro caso para robustecer el sistema.

No teman, no se sientan abrumados. Es empezar por algo pequeño y hacerlo, y continuar así.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Excelente. Se nos ha acabado el tiempo. Esta es una diapositiva táctica.

Quisiera que la vieran muy bien y piensen en cómo su organización puede empezar a pensar en priorizar sus proyectos. Obviamente, el primer punto es los datos, modernizando los sistemas, mejorando la eficiencia, mitigación de riesgos.

Todas son herramientas que beneficiarán el proceso de la experiencia del cliente. Monitoreo de datos, transformar la fuerza laboral, no solo atraer talentos, sino retener ese talento también. Hay mucho conocimiento institucional que nos cuesta mucho dinero si la perdemos.

Así que estos empleados que realmente producen, queremos que se queden con nosotros, queremos retenerlos; o están aquellos que desean aprender o tal vez no estén seguros si quieren aprender. Por eso necesitan nuestra ayuda para que se sientan cómodos con los cambios.

Esta caricatura en Estados Unidos, Dilbert, creo que se llamaba y decía: "El cambio es bueno, tú vas primero". Y creo que de esto se trata en muchos casos de nuestros colegas en la industria, quieren ver que alguien más lo haga primero y ya después ellos también.

Las alianzas estratégicas también importantísimas, no lo tienen que hacer por sí solos.

Aquí, AWS y Deloitte, excelentes socios comerciales, habrá otros también muy buenos. El punto es si es una asociación táctica con otra organización que nos atrae nuevos clientes o son alianzas estratégicas en donde tratamos de asignar operaciones no claves a otras áreas y enfocarnos en nuestras operaciones clave, y esto rompe el modelo de trabajar solos. Es muy difícil hacer las cosas si estamos solos.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Hay que empezar por el cliente. Los asegurados, los clientes, están generando expectativas cada vez mayores. No podemos esperar días para responder a algo o no podemos pasar seis días en un contexto

comercial de seis a 20 días para generar una cotización. Esto ya no es aceptable.

Vemos que debemos poder trabajar con ellos y llevarles la experiencia al cliente, esto es personalización, es tiempo en el mercado, es prevención de riesgos, tiempo hasta la resolución. Hay que trabajar en estos aspectos.

Y el segundo aspecto importante es que si vemos en un lapso de dos a tres años, ya no se va a tratar de cómo digitalizar los datos entrantes, sino vamos a empezar a ver cómo vamos a tener una gestión automática de nuestra cartera, aumentando nuestro apetito de riesgo, manejando, gestionando este apetito de riesgo. No es decir, este riesgo no me gusta, este lo acepto, etcétera, sino que, bueno, hay muchas.

Desde una perspectiva de acumulación, en una región podemos priorizar las diferentes solicitudes o pólizas diciendo, bueno, queremos desarrollar una relación con la gente vamos a priorizar a aquellos que son para los *brokers*, para crear una mejor relación con ellos.

Empezamos así sobre la marcha, por algo, teniendo los datos en nuestra organización.

Y en segundo lugar, seguir ligamientos para los suscriptores, para que ellos se vuelvan más eficientes e integrarlos en nuestros procesos de revisión de apetito hacia el riesgo, guiando a la organización hacia aquellos riesgos que sí estamos dispuestos a asumir.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Y habiendo dicho todo esto, agradecemos su atención.

Creo que vamos a abrir el piso a preguntas y respuestas. Rodrigo está por ahí, creo que hay una lista de preguntas ya en el WhatsApp de Rodrigo, me parece.

¿No?

**Presentador:** Gracias.

Y tenemos algunas preguntas del público. Muchas gracias.

Primera.



**Pregunta:** En su experiencia, ¿cuál es el mayor problema que han enfrentado al querer pasar de un modelo de legados, de una arquitectura de legados, hacia una arquitectura moderna? ¿El presupuesto, yo creo?

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Sí. Éste es costoso. “¿Podemos hacerlo el año que entra?”, esa es la respuesta que recibimos.

Y bromeo un poco, pero es muy importante. Hay que poder justificar la idea. Esos negocios, tecnologías, desarrollo de negocios, operaciones y tecnología, trabajan en conjunto.

Hay que ser honestos con nosotros mismos en cuanto a nuestras limitaciones y presupuestar lo que viene. Son decisiones muy costosas. La línea base, crear un entorno desde donde poder partir.

Y por el otro lado, en el sentido táctico, pequeñas ganancias primero, ganancias medianas y después las grandes ganancias.

No podemos empezar a modernizar la base de trabajo si no identificamos, practicamos y aprendemos lo que hay que hacer.

En una de las compañías que están aquí, ayer platicué con el Director y dije, bueno, ¿qué pasa si gasto todo este dinero y a los dos años ya no tiene importancia esta nueva tecnología? No, yo le dije, más bien, piensa en un año. El siguiente año ya tienes que pasar al otro nivel.

Con la IA podemos hacerlo en forma un poco menos costosa, lo cual es muy bueno.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Y lo que vemos de nuestra perspectiva es que hace 30 años el sistema de administración de pólizas hacía todo, de suscripción, el manejo de siniestros, el libro técnico y también las relaciones con los clientes.

Todo eso se ha fragmentado ahora, se ha dividido. Tenemos un área para siniestros, para reclamaciones, para relaciones con el cliente. Y lo que vemos es como un patrón de estrangulación, que vemos las capas de estas soluciones de legado y hay que tener mucho cuidado para saber en dónde está la lógica del negocio todavía en un sistema de estos antiguos de legado.

Y hay mucho temor dentro de las organizaciones, decir, bueno, ¿qué tal si voy a tirar este niño con el agua sucia y elimino algo que podría ser parte de mi solución?

**Presentador:** Otra pregunta.

**Pregunta:** ¿Han experimentado alguna vez que el costo de implementar y usar la IA es mayor que el del proceso tradicional? Y si es el caso, ¿en qué proceso? Y si sí, ¿cómo han enfrentado este reto?

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Personalmente no lo he visto, pero no me sorprendería que llegara a pasar. Por esto decía que realmente hay que identificar los casos de uso.

Y si no tenemos los datos en orden, nos vamos a encontrar en una situación en que tomemos decisiones incorrectas y vamos a tener que rectificar. Así que es empezar en pequeño, medir enseguida. Si vemos que no es el caso de uso, si no es la tecnología o si no tenemos los datos correctos, entonces hay que detenerlo.

Paramos, volvemos y empezamos de nuevo.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Sí, honestamente, la IA para un proyecto de vida es mucho más costosa. Pero si tenemos una organización con mil desarrolladores tecleando, usando mucha electricidad y no se ha controlado ni gestionado ni bien pensado, se puede volver algo muy costoso.

Hay una responsabilidad en cuanto a la IA al acceso a los empleados en una forma medible y beneficiosa para que nos salga de control. Porque si no, se puede volver algo costoso.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** No es la panacea la IA, aún así tenemos que ser parte del trabajo.

**Pregunta:** Ustedes mencionaron y en otros lados se escucha que la IA va a mejorar en dos o tres años, entonces, ¿por qué debo invertir ahora? ¿Por qué lo tengo que usar ahora?

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Quisiera responder eso.

Todos hablamos de la IAG, la inteligencia artificial generativa, la forma más avanzada, digamos. ¿Quién pensaría que tendría que esperar otros dos años para empezar a usarlo? Cuando ya está aquí, uno puede aprender muchísimo en estos dos años.

Mientras que la IA, bueno, está en su infancia, pero vamos a poder entender la siguiente generación de IA mucho más rápido si ya nos enfocamos desde ahorita y lo estudiamos en vez de trabajar con nuestros equipos y herramientas antiguas. Va a ser cada vez más difícil empezar.

Así que si están esperando el momento perfecto para entrarle a la IA, es ahora, es hoy.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Sí, es como decir, bueno, ¿qué tal si me espero mientras que mis competidores, mi competencia se vuelve mejor día con día?

Estoy básicamente diciendo que mi punto es que la organización con esta nueva tecnología va a evolucionar y los empleados van a empezar a encontrar soluciones.

Lo que vemos con la IA es la cantidad de personas en una organización que utilizan la IA nos llegan a decir: "Ah, mira, deberíamos intentar esto y lo otro". Y van cambiando un poco la mentalidad, el proceso mental para una mejora continua que nos va a cambiar a todos.

Y cuando llegue lo nuevo en un año, en dos años, si estamos listos para usarlo, porque queríamos ahorrar dinero sin usarlo, la competencia ya lo está usando los últimos dos años y para nosotros va a ser súper difícil mantener el paso.

**Pregunta:** Desde su experiencia, ¿cómo la tecnología y la IA nos han ayudado a mejorar el sector como un todo? ¿Qué es lo que han observado ustedes?

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Desde la perspectiva de nuestro sector, vemos que somos mucho más capaces como sector de compartir información, cada organización, los datos se estructuran en forma diferente, así que es muy difícil comparar notas.

Desde la perspectiva del Reino Unido, por ejemplo, no sé, una base de datos con todos los siniestros, todas las reclamaciones de todos los

aseguradores, todas las notas, y eso lo puede revisar cualquier persona. No tienen que ir y pedir al cliente a ver qué pasa con esta compañía, con la otra. No.

Y lo mismo desde la perspectiva de la institución aseguradora. Si quiero ver cuál es la marca, el modelo, si ha estado en un accidente el carro. Se puede obtener esta información porque se comparte, digamos.

Pero tenemos también los reguladores que tienen un poco de temor a la IA. Así que hay que asegurarnos de que, pues, que no sea en el perjuicio del asegurado. Así que podemos trabajar en la legislación para normalizar los procesos, para poder mostrar: "Miren, este es lo que estamos haciendo, esta es la estructura, este es el Sistema de gobierno que aplicamos, esto ayuda a la industria.

Y la inteligencia artificial está trayendo todo esto al frente. Y lo que realmente quiero decir es como en una organización, toda la industria podemos ofrecer valores, un valor mucho mayor a los clientes, que la industria del seguro está ahí para satisfacer a los clientes, no solo al asegurado, también la persona que se ve afectada de alguna otra forma.

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Estamos entre el público y la comida.

Vamos con la última pregunta, por favor.

**Pregunta:** ¿Nos va a quitar nuestro trabajo la inteligencia artificial?

**Christian Schneider: (Interpretación del inglés al español)** Creo que esto se ha preguntado en caso de cada nueva tecnología que ha salido en la historia, ¿verdad? Esta es la pregunta.

La IA va a hacer que nuestra organización sea más eficiente. La AIG busca crecer, no encoger nuestra industria. Podemos obtener, lograr primas por valores de cuatro mil millones de dólares, como les platicaba de esta compañía.

Yo creo que habrá una evolución, no hay ninguna duda. Como con cualquier otra tecnología nueva, hay que darle la bienvenida para que nuestra organización se beneficie de ello.

Pero la desaparición de nuestros trabajos, nuestros puestos, yo creo que no llegaremos a eso.

**Arno de Wever: (Interpretación del inglés al español)** Ciertamente habrá profesiones que dejarán de existir en 10 años, pero también veremos profesiones nuevas que nunca hubieran surgido, ni siquiera nos hubiéramos podido imaginar hace 20 años. ¿Quién hubiera dicho que ahora un trabajo que se llama hoy en día como influencer?

**Presentador:** Si hay otras preguntas más que se quedaron sin contestar, podrán platicar con nuestros ponentes cerrando la sesión.

Muchas gracias, Arno, Christian.

Si quisieran quedarse en el escenario un segundo para entregarles un reconocimiento en nombre de AMIS.

Al público le pido un aplauso para nuestros dos ponentes, Arno de Wever, Christian Schneider. Muchas gracias a los dos.

La foto oficial.

Agradecemos su participación. Excelente presentación.

Muchas gracias.

- - -o0o- - -