

Ciudad de México, 24 de mayo de 2023.

Versión estenográfica de la sesión “Seguros Abiertos y Ecosistemas: El Nuevo Modelo de Negocio”, durante el Segundo Día de Actividades de la 32 Convención de Aseguradores de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), realizada en la Expo Santa Fe.

Presentadora: Vamos a tener micrófonos para que hagan preguntas abiertas.

No me presenté, soy Ana Laura Guerrero, yo trabajo en AMIS, en la Dirección de TI, entonces, bienvenidos todos.

Sin más preámbulo voy a presentar a nuestro anfitrión, José Ignacio Muñoz Martín, Director de tecnología de GFT México, él nos hará favor de presentarnos la Conferencia de Seguros Abiertos y Ecosistemas, el Nuevo Modelo de Negocio.

José Ignacio parte de conocerlo ya de algunos meses y yo creo que años, hasta antes de la pandemia, pues Ignacio es ingeniero técnico en informática de sistemas por la Universidad de Extremadura. Cuenta con una maestría de Seguridad en la Universidad Pontificia Salamanca, tiene más de 20 años de experiencia en el sector de tecnología de la información, a nivel global tiene experiencia en países como Italia, España, Irlanda, Brasil y Estados Unidos, no está mencionado, pero México evidentemente.

Le damos la bienvenida a Nacho para que nos dé esa exposición y los dejo con él.

José Ignacio Muñoz Martín: Muchas gracias, Ana. Muchas gracias a todos por su asistencia.

Hoy quería hablarles de por qué compartir datos entre distintos actores de seguro, es algo positivo y cómo estos datos nos pueden ayudar a crear mejores productos que generen nuevas oportunidades para nuestra aseguradora.

Para continuar quiero contarles una historia, una historia ficticia en un futuro no muy lejano. Un saxofonista Lucas, Lucas, un profesional de 30 años, se traslada a una nueva Ciudad y necesita un auto, este auto, pues quizá no lo va a utilizar todos los días, pero necesita para su vida cotidiana.

Una vez que se dirige a una de las agencias de ese auto y durante el proceso de compra el asesor de venta le comenta que tiene un auto que viene con un seguro integrado, un seguro diferente a cualquier otro seguro de los que se conoce actualmente.

¿Por qué es diferente? Es un seguro que prima, que su prima mensual será variable en base al uso que haga de su auto, en base a su estilo de manejo y en base al historial que tenga con otras aseguradoras, además tendrá asistencia automática en caso de accidente, el coche, el propio auto notificará a la aseguradora que ha tenido un accidente. La aseguradora le mandará la asistencia necesaria; además, podría tener una bonificación en su cuota si aparte da acceso a la aseguradora a los datos de su entidad.

Lucas debe de dar su consentimiento para que la aseguradora tenga acceso a estos datos de tercero. Lucas inicialmente está un poco reacio porque compartir datos con terceros sin saber cómo va a ser el uso de esos datos no lo hace como convencido, pero la aseguradora y la agencia le da la confianza de que sus datos serán tratados con protocolo de seguridad, cumplirá con la normativa de privacidad vigente, en ese caso, en este momento Lucas acepta compartir datos con la aseguradora y que tenga acceso a otras entidades.

A partir de esos datos ya Lucas tiene acceso a una plataforma que la aseguradora le ofrece donde puede dar seguimiento a su póliza, hacer una personalización de ese seguro, puede también revocar ese consentimiento que dio inicialmente para acceso a otro dato y a partir de ahí Lucas entra en la plataforma y puede aceptar todas las condiciones.

Un mes después Lucas tiene un accidente, un accidente de tráfico, no es muy grave, pero su vehículo notifica a la aseguradora automáticamente que Lucas sufrió un accidente y en ese momento Lucas recibe a través de su aplicación, la aseguradora recibió el parte,

está en camino la asistencia tanto sanitaria como mecánica, la grúa y que todo el reporte de daño está hecho, que tiene una cita en el taller más cercano y que además ya tiene un costo esa institución asignado y todo sin que Lucas haya intervenido nada durante el proceso de accidente.

Lucas impresionado con el servicio, este es el *journey* del cliente que estábamos comentando, empieza ver nuevas oportunidades de los nuevos seguros con la misma compañía, se interesa por un seguro de vida e incluso a partir de esta navegación con la plataforma de la aseguradora incluso descubre que le pueden ofrecer una hipoteca que también quiere contratar con esa compañía, esta hipoteca es fruto de una alianza que la aseguradora tiene con una garantía financiera.

¿Qué pasó desde el lado de la aseguradora?, ¿cómo la aseguradora consiguió esas capacidades necesarias? Lo primero que la aseguradora se vio en la obligación o en la necesidad porque otros competidores ya estaban en esta fase era de crear, atraer nuevos clientes, atraer y retener nuevos clientes, ofreciéndoles una nueva oferta de valor que fuese capaz de diferenciarse del resto de la competencia.

La aseguradora también necesitaba mejorar su cartera de clientes con clientes mucho más rentables, por eso también necesitaba hacer una mejor evaluación del riesgo de los clientes, de la aseguradora. Para atraer y vender más productos necesitaba habilitar nuevos canales de venta.

En ese sentido, lo que la aseguradora necesitaba es identificar un ecosistema que fuera de su propia aseguradora que le ayudase a crear esta nueva experiencia con el usuario que se le facilitase ya nuevos canales de venta, por eso contactó y hubo esa alianza con el fabricante de autos y para dar un mejor servicio, pues hizo alianza con talleres, otras agencias de sustitución de autos, de asistencia sanitaria para este mejor servicio.

Una vez que la aseguradora tuvo definida su estrategia de producto y la alianza, me refiero al grupo de empresas necesarias para poder crear este servicio, el siguiente paso es la integración con todas estas empresas. La integración con todas las empresas normalmente las

hizo a través de API y esto es uno de los temas que escalaremos un poco posteriormente.

Lo siguiente que necesitaba la aseguradora para poder acceder a todos los datos del cliente es que Lucas diese su consentimiento, sin este consentimiento expreso la aseguradora no podía recopilar datos de forma legal de otras fuentes de datos, a partir de que Lucas da su consentimiento la aseguradora es capaz de recopilar toda esta información, analizarla y ser capaz de hacer una oferta específica y concreta y personalizada para Lucas.

Tras el accidente que tuvo Lucas, la capacidad de este servicio que dio la aseguradora al cliente es porque la aseguradora estaba conectada o interconectada con este ecosistema de *partner* que es el filtro de esta nueva experiencia de usuario.

Una vez que recopiló toda esta información la aseguradora también está en disposición de crear nuevos productos y nuevas ofertas para Lucas, pero tanto aparecen nuevas oportunidades de venta y nuevas fuentes de ingreso para la aseguradora.

Lo que hemos visto hasta ahora, lo que recibe Lucas no es simplemente una póliza de seguros, es una experiencia, un servicio completo alrededor de la experiencia de su auto, todo lo que necesita.

Esto no sería posible si un ecosistema alrededor de la aseguradora, estos *partners* o estas alianzas estratégicas que la aseguradora necesita.

Gracias a este ecosistema la aseguradora ha sido capaz de ofrecer un nuevo o una nueva experiencia a Lucas diferente al resto de aseguradoras, este ecosistema también proporciona información valiosa a la aseguradora para adelantarse a futuras necesidades de Lucas y por supuesto generar nuevas fuentes de ingresos.

Hasta ahora hemos terminado hablar de la importancia de los ecosistemas y de la apertura de datos dentro del sector asegurador y aunque no hay una definición clara todavía en el mercado de qué es *open insurance*, esto que hemos hablado de abrir datos a terceros de

nuestra aseguradora hacia otra aseguradora y todo en el mercado asegurador que se puede conocer como *open insurance*.

Esa definición que podría variar se refiere al conjunto de principios y estándares que permitan a un usuario de seguros compartir sus datos personales y de póliza con terceros a través de interfases de programación o API.

Sigue habiendo un debate de si es necesario o no que exista un marco regulatorio en *open insurance* lo que buscan los marcos regulatorios es principalmente proteger los derechos de los usuarios, dinamizar el mercado promoviendo la innovación y garantizar un mercado justo y competitivo y por supuesto facilitar la supervisión.

Podremos ver *open insurance* desde tres ángulos: el ángulo regulatorio, no se ve muy bien ahí, pero ahí ponía algo sobre los beneficios de los clientes y de la aseguradora y por supuesto la tercera arista es la arista tecnológica.

A nivel y a pesar de que el *open insurance* y la apertura de datos, como hemos visto, trae muchas ventajas, también existe ciertos riesgos que en las regulaciones quieren mitigar, principalmente se refiere a la privacidad protegiendo los datos personales y financieros de clientes, buscar la equidad asegurando el acceso igualitario a servicios y oportunidades a todos los clientes evitando discriminación y transparencia que se refiere a la comunicación clara y abierta sobre las prácticas y políticas en el uso de los datos. Esto es lo que principalmente buscan las regulaciones cubrir.

Aunque en algunos casos específicos, en algunos existe regulación específica para protección de datos como en el caso de México, de la Ley Federal de Protección de Datos en Posesión de Particulares podría ser insuficiente a medida que los nuevos casos de uso de *open insurance* vayan creciendo.

También quería darles una visión de cómo está el *open insurance* en el mundo a nivel regulatorio y si bien Reino Unido y Europa tomaron la ventaja en la regulación de *open banking* ahora es Brasil quien está en la cabeza, en la cabeza a nivel mundial implementando regulaciones a nivel de *open insurance*.

Se espera que para septiembre de este año terminen la regulación y permita a las entidades crear productos personalizados a partir de la información que obtiene de las APIs de otras aseguradoras.

Nivel Estados Unidos, bueno, por la naturaleza fragmentada en la regulación federal no es algo unido, pues no hay una regulación tampoco, era de esperar porque tampoco tiene una regulación en *open banking*.

Asia, pues se espera que sí sea los siguientes que sigan el camino de algunas regulaciones como Reino Unido o Brasil, sobre todo, como en países como Singapur y Hong Kong y en México actualmente no se contemplaba o no tiene todavía una regulación específica que regule el *open insurance*.

Hemos hablado también de otras de las aristas del *open insurance* los beneficios que supone tanto para clientes como para aseguradora, a nivel beneficio a los clientes, en este caso haciendo referencia a nuestro protagonista de la historia, a Lucas, es evidente que entre más información tengamos de los clientes podemos hacer productos más personalizados, con precios más preciso ya que se puede ajustar las primas en función del riesgo de los clientes, mayor competencia para ver más actores en la industria de la aseguradora y unas experiencia mejorada de nuestros clientes.

A nivel beneficios para la aseguradora podemos ver que teniendo más datos y teniendo más conexiones a través de nuestras entidades financieras de otra aseguradora podemos evaluar mejor el riesgo, por lo tanto, podemos hacer un mejor *pricing* del seguro, podemos innovar y crecer a base de estos datos que los podemos obtener de otras entidades.

Eficiencia operativa, gracias a la colaboración con otros *partners*, otros socios dentro del ecosistema podríamos optimizar estos costos y optimizar procesos y por supuesto a ser capaces de crear una mejor experiencia, vamos a proponer o a proveer una mayor satisfacción en nuestros clientes.

A nivel tecnológico que era otra de las aristas que el *open insurance* cubre. Aquí he traído ciertas tecnologías que podrían estar relacionadas con el *open insurance* pero si hubiese que destacar alguna, pues destacaríamos las API como la base para la interconexión de los diferentes actores del ecosistema, la analítica de datos, la inteligencia artificial ya sin ella, pues los datos recopilados de otras entidades se quedaría simplemente en datos, no los convertiríamos en información útil para crear nuevos productos, nuevos servicios, nueva experiencia para nuestros clientes.

Y por supuesto la ciberseguridad, viendo que en medida de que creamos nuevas conexiones, que creamos más compartición de datos los ataques o el riesgo de ataques o de acceso no autorizado va a crecer, por tanto, deberíamos poner atención en temas de la ciberseguridad.

Como hemos dicho, el API es la piedra angular del *open insurance* porque es el que nos va a permitir la conexión entre diferentes sistemas, tienen un poder enorme dentro de las compañías de seguro.

La *letra* se ha achicado en tres, puede haber otro tipo de clasificaciones, pero las principales clasificaciones son (...) GPS, la API privada, son aquellas que utilizamos dentro de nuestra organización para conectar nuestro sistema de (...) o diferente a otro sistema.

Las open o las APIs pública que son accesibles o que se crean para que sean accesibles por las industrias o por otras empresa o público en general y suelen ser las que están en el foco de las regulaciones, de qué se puede compartir y en algunos casos obligándonos como pasa en *open banking* a crear algunas API.

Aquellas que son B2B o la API de partner que son las que nos facilita la conexión con diferente espacio.

He traído algunos ejemplos de qué se está haciendo a nivel mundial con estas B2B, por ejemplo, en Estados Unidos aseguradoras como la de Progressive Insurance ha generado un programa que también lo que hace es telemetría de los vehículos y ya está dando precios basados en el uso del vehículo, hay otras asociaciones como (...) y la

plataforma de Telemedicina MDLIVE también ofrece servicios de medicina a sus asegurados.

Otros ejemplos como la de (...) que también ofrece sensores inteligentes para los usuarios y permite también monitorear cualquier evento en el hogar, pondríamos el caso que hemos hablado de Lucas, podría haber sido con sus sensores de Smat o de Smart Home en casa y que si se detecta una fuga de agua, de humo o de gas notifica directamente a la aseguradora y la aseguradora manda una asistencia inmediatamente e incluso si Lucas no está en casa.

Entonces, vemos que los ecosistemas nos dan y ofrecen oportunidades infinitas y creo que el límite está en la imaginación que tengamos para crear productos diferenciadores.

Otras alianzas como con la aseguradora Allianz y la Banca N26 también ofrece productos de seguros a través de las oficinas de la Banca.

Entonces, vemos que hay muchas oportunidades en el tema de el compartir dato, de crear alianza y utilizando las APIs como tecnología base.

Ya para ir finalizando porque no sé cómo voy de tiempo, no puse, cinco minutos, perfecto.

Aquí traes algunos datos de API a nivel qué está pasando, si podemos destacar algo, alguna predicción Gartner que el 25 por ciento de todas las transacciones de seguro con socios del ecosistema requiera API abierta y pública para 2025, va a crecer.

Que las inversiones estratégicas en API sigan creciendo y estarán vinculadas a resultado comerciales, algunas otras previsiones poco más generales y para hacer un pequeño resumen, que el uso de las APIs ya es algo general y de uso común y principalmente interno y a través de *partner*.

Que la demanda de producto personalizado, el servicio personalizado sigue creciendo, la demanda de los clientes cada vez está ganando fruto más personalizado.

Que los usuarios de *open insurance* vamos a pasar de los 15 millones que teníamos en 2021, son cifras globales, pasarán a unos 85 millones para 2024, ya estamos ahí.

Quise traer aquí algún resumen, demasiado texto y para evitarles la necesidad de tener que leer mucho, pues les puedo resumirle en dos grandes bullet que la iniciativa es abierta están impulsando, no funciona bien del todo.

Que las iniciativas abiertas estén impulsando la innovación y la dilución en el mercado asegurador y con las APIs es como tecnología clave en este proceso y que las compañías de seguros y los CIO de seguros los deben invertir estratégicamente en API enfocándose en casos de uso como veíamos inicialmente de Lucas y establecer relaciones con socios externos y vincularlos, estos son los resultados comerciales.

Con esto doy por finalizada mi intervención y si tienen algunas preguntas, creo tenemos ahora unos minutos para preguntar.

Muchas gracias a todos.

Presentadora: Muy interesante, muchas gracias por la plática, sin duda está muy ligada con la plática de la plenaria que estuvimos escuchando, un poco a lo mejor ya más aterrizada de la forma en que lo podríamos implementar.

Sí tenemos algunas preguntas aquí de la audiencia que voy a ir leyendo, a ver si las podemos abordar todas.

Unas preguntas que tenemos aquí es, dentro de todo este esquema de integración de información y de compartir información preguntan, quién es el responsable de la analítica, ¿la aseguradora o los terceros?

José Ignacio Muñoz Martín: Según mi punto de vista, debería ser la aseguradora, la aseguradora va a tener diferente fuente de dato, va a tener información de talleres, información de otras aseguradoras, información de la Banca o de cualquier otro partner, esa analítica

debería ser internas porque las aseguradora debería saber qué quiere obtener de esa data.

Presentadora: Claro. Un poquito lo que se comentaba hace un momento o en la primera sesión es, si somos centrados en el cliente, al final queremos conocer al cliente, ser la compañía que le está dando el servicio al cliente, ¿no?

José Ignacio Muñoz Martín: Exactamente.

Presentadora: Gracias, Nacho.

Otra pregunta es que, sería posible compartir datos mínimos de manera que se pueda hacer el análisis de comportamiento, pero sin identificar al usuario, no sé si esto sería válido.

José Ignacio Muñoz Martín: Sí, de hecho, hay iniciativa donde y traigo el caso, por ejemplo de BBVA, hace unos en España abrió los datos de uso de tarjeta, la hizo pública, solo no hizo visible ni el nombre de la persona, entonces, los datos, dejó unos datos como país, de origen, de la persona, de la tarjeta, hábitos de consumo y lo de datos abiertos a través de API abiertas para que el concurso de algún hackathon otras empresas sacasen productos haciendo uso de esa información; o sea, sí es posible abrir los datos a terceros para que sean los terceros para que sean los terceros los que nos propongan algún caso de uso con esa información.

Presentadora: Sin revelar la entidad del cliente.

José Ignacio Muñoz Martín: Sin revelar la identidad del cliente.

Presentadora: Es junto con la preocupación.

José Ignacio Muñoz Martín: Sí se puede hacer.

Presentadora: Limitaría, ¿limitaría un poco el alcance de las posibilidades del *open insurance*?

José Ignacio Muñoz Martín: No podemos limitarlo, si pudiésemos asociar que hay un usuario equis y al usuario equis toda su interacción

con el seguro sí podríamos obtener información para hacer un perfil de esa persona.

Limitaría en algunos casos, pero no tanto, podemos tener identificar que cada transacción pertenece a un usuario equis y ese usuario equis siempre está asociado con unas transacciones, pues sí podríamos tener información relevante transferir nuevos productos.

Presentadora: Gracias.

De acuerdo, continuando con este tema de la seguridad que creo que es uno de los principales que se abre cuando hablamos de compartir datos insensibles como podrían ser los de tu salud o de tu movilidad, dónde estás, una pregunta al respecto de esto es, ¿hay ejemplos o tienes ejemplos de algunos casos de robo o usurpación de identidad para el uso de los servicios de aseguradoras en donde una persona estuviera, digamos, reportando en lugar del verdadero cliente?

José Ignacio Muñoz Martín: No tengo información, no tengo un caso real pero tengo algunos compañeros que trabajan en seguros de que sí me han notificado de que en algún caso han notificado incidentes incluso con personas que ni siquiera estaban vivas, le han reclamado al seguro, pero no tengo datos sobre alguna fuente fiable, no, no tengo un caso de alguna usurpación de datos que pueda comentar.

Presentadora: Acá hay una pregunta de uno de nuestros asociados importantes que son los *brókeres*, lo que comentan o lo que preguntan es que, en el caso de *bróker* que tuvieran, bueno, capital propio definitivamente para hacer este tipo de implementaciones, con quiénes o cómo podría ser el esquema para acercarse y vincularse para tener acceso a usar los datos que se tienen o que están recabando inclusive ellos minuto a minuto, ¿habría alguna diferencia de la estrategia que podrían seguir o más o menos es en términos técnicos es lo mismo que nos estabas comentando?

José Ignacio Muñoz Martín: A ver, si entiendo estos *bróker* lo que quieren es recopilar información de diferentes aseguradoras, al no haber una regulación que obligue impida que estos datos sean compartidos con los *brókeres* deberán ser relaciones con cada una de

las aseguradoras, pedirles acceso y tirar nuestras API específicas para que se puedan conectar.

Algo importante es siempre hemos hablado del consentimiento del cliente, lo más importante es que el cliente dé consentimiento de que estos datos pueden ser compartidos con terceros.

Ahora estoy trabajando en un proyecto de *open banking* en Estados Unidos, como te comentaba inicialmente, donde no hay una regulación y lo importante para compartir datos es que ambas empresas mantienen el consentimiento del usuario, eso es lo más importante, el consentimiento del usuario y los acuerdos entre los *brókeres* y la aseguradora, mientras no hay una regulación porque mientras no hay una regulación estas API, aseguradoras no están obligadas a crearlas, pues debería ser algo que debería ser de buena voluntad o un acuerdo comercial entre ambas.

Presentadora: Hay otra pregunta respecto a justo a las APIs y la pregunta es ¿cómo se puede monetizar la aplicación de las APIs para el sector de seguros?

José Ignacio Muñoz Martín: Pregunta difícil, ¿cómo monetizar? Eso habría que hacer casos de uso o casos de negocio específico. En el caso que me ocurre como y aquí pensando en voz alta, a través de obtener información de diferentes aseguradoras hacer como una especie de páginas de comparación de seguros, qué te ofrece una, qué te ofrece otra y tener acuerdos con las aseguradoras y que estas aseguradoras.

Si entiendo bien es, ¿la aseguradora cómo podría monetizar? Pues existe la API.

Presentadora: Pues sí, creo que es un poquito la pregunta, no lo específica demasiado, pero me imagino que es eso.

José Ignacio Muñoz Martín: Sí, a ver, debería hacer acuerdos de terceros que estén interesados en consumir tus APIs y el cual estarán dispuestos a pagar para tener esta data.

Presentadora: Aunque peligroso sería, no, no sé, bueno, yo creo que es un tema que demanda muchísima conversación y análisis y justamente este tema de ver qué se viene en el tema regulatorio, ¿no?

José Ignacio Muñoz Martín: Sí, justo es el otro de los peligros, de qué datos se pueden compartir, el cliente debe asegurar o debe consentimiento de qué datos, porque lo que decías, esto puede contribuir a un tema de discriminación, es decir, datos que no deberán ser compartidos y pueden excluir a estas personas del segmento asegurador, incluso, porque la inteligencia artificial de que estemos aplicando, pues descarte a una persona, por eso también va a entrar al tema de lo que se origina también de la regulación sobre inteligencia artificial, cómo estos algoritmos no descartan o discriminan a personas.

Presentadora: De acuerdo. Creo que nos queda tiempo para la última pregunta y tiene que ver con, ¿cómo impulsaríamos? Cómo aceleraríamos este tipo de iniciativas, el *open insurance* en México, no sé, hablar del mercado reasegurador a través de las insurtech con los clientes, ¿cómo te imaginas que podríamos hacer esto?

José Ignacio Muñoz Martín: Cuando hablamos de una de las láminas de las que platicaba, cuando hablamos de *open insurance* no significa que tenga que estar regulado, entonces, sí podríamos hacer internamente de las aseguradoras llegar a acuerdos entre nosotros, la aseguradora para potenciar el mercado del cambio de información y poder crear productos más personalizados, con mejores experiencias, mientras no haya una regulación podríamos hacerlo internamente como los casos que hablaba a nivel mundial.

Hay casos que se podrían realizar aun no estando regulados.

Presentadora: Diríamos que estaríamos tratando de hacer algo a nivel industria con estos acuerdos y bueno, es difícil pero lo hemos hecho, en la industria hemos logrado algunos acuerdos importantes.

José Ignacio Muñoz Martín: Exactamente.

Presentadora: Bueno, las preguntas de las tarjetitas se terminaron, pero no sé si alguien dentro de la audiencia quisiera hacer alguna

pregunta abierta, pues tenemos un, ¿dónde está? Aquí tenemos un micrófono por si alguien se anima.

¿No?

Agradecemos muchísimo, Nacho, la participación, el tema creo que es bastante interesante y, pues bueno, gracias.

José Ignacio Muñoz Martín: Gracias, gracias, Ana, gracias a todos por asistir.

- - -o0o- - -