

Radar Digital

Resumen Ejecutivo:
Tendencias digitales 2025
en el sector asegurador



Sobre el Radar Digital

Misión

Constituimos el radar **#MutualidadDigital** como un lugar de encuentro para compartir intereses relacionados con la estrategia digital del sector asegurador y Mutualidad, basado en tres ejes:

- **Centro de análisis de datos.** Consideramos el radar como una herramienta de ayuda en la toma de decisiones. La misión principal será recoger, procesar y proporcionar información que sirva para conocer y comprender la digitalización del sector asegurador y concretamente de la Mutualidad mediante estudios con la participación de expertos (tanto interno como externo).
- **Espacio de información, intercambio y colaboración** (difundir la información además de promover la reflexión y el intercambio del conocimiento).
- **Centro de documentación,** desde esta óptica el radar es un repositorio dedicado a temáticas digitales y su misión se basa en almacenar y clasificar información y documentación.

Funciones

- Investigar y foro de opinión sobre los contenidos que aparecen en el espacio de observación.
- Informar de los hallazgos y evaluar la evolución digital de la Mutualidad dentro de su PE 27.
- Acelerador de toma de decisiones directa a la acción.

Objetivos

- Detectar tendencias digitales, explorar oportunidades, diseñar estrategias y lanzar proyectos.
- Research & Advisory para convertir la información en conocimiento.
- Interpretar las dinámicas del mercado.
- Confirmar las líneas digitales marcadas en la Mutualidad.

01 Claves

- Las aseguradoras globales están adoptando tecnologías avanzadas como inteligencia artificial, big data y blockchain para optimizar procesos, mejorar la experiencia del cliente y adaptarse a las demandas de un mercado más digital y conectado.
- La implementación de herramientas como la inteligencia artificial y plataformas omnicanal permite personalizar productos y servicios, optimizando la interacción con clientes y aumentando la satisfacción y fidelización.
- Tecnologías como el cloud computing y la inteligencia artificial están reduciendo el impacto ambiental y promoviendo estrategias sostenibles, alineándose con los objetivos ESG y las normativas regulatorias.
- La gobernanza de la inteligencia artificial asegura su uso ético y responsable, mientras la integración de IA generativa en áreas clave como siniestros y marketing está redefiniendo operaciones y estrategias en el sector asegurador.

02 Introducción

El sector asegurador global se encuentra inmerso en una profunda transformación **impulsada por la innovación tecnológica y la adaptación a un entorno económico y social en constante cambio**. La digitalización de procesos ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad imperante. Las aseguradoras están automatizando integralmente sus operaciones, desde la emisión de pólizas hasta la gestión de siniestros, mediante el uso de plataformas en la nube y sistemas avanzados de gestión. Esta tendencia hacia la digitalización total busca **mejorar la eficiencia operativa, reducir costes y ofrecer experiencias más ágiles y personalizadas a los clientes**¹. Alrededor del 83% de las aseguradoras coinciden en que la tecnología está redefiniendo la industria de seguros y las expectativas de los clientes².

Según un análisis reciente de McKinsey, **más del 50% de las aseguradoras a nivel global han adoptado iniciativas digitales**. Estas incluyen la automatización de procesos, el uso de inteligencia artificial para gestionar siniestros, el análisis de grandes volúmenes de datos (big data), el aprovechamiento de tecnologías en la nube (cloud computing), herramientas de analítica avanzada, medidas de ciberseguridad, dispositivos conectados a través del internet de las cosas y la implementación de canales digitales para la venta y el servicio al cliente³.

El progreso de la digitalización en el sector asegurador ha sido particularmente significativo en áreas como la distribución y la atención al cliente. Según Deloitte, **el 75% de las aseguradoras ya ofrece servicios digitales en estas áreas**, marcando un avance importante en la accesibilidad y experiencia del cliente⁴. Aunque áreas como la gestión de reclamaciones también destaca, siendo aproximadamente el 55% de las compañías de seguros las que han afirmado que invertirán en nuevas tecnologías para gestionar mejor esta área. Sin embargo, la modernización de los sistemas centrales sigue siendo un desafío crítico. **Solo un 30% de las aseguradoras ha logrado actualizar sus sistemas heredados**, lo que representa un obstáculo para la transformación digital completa⁵. Asimismo, la integración de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático (machine learning) y la tecnología blockchain, continúa siendo un área con gran potencial, pero aun insuficientemente explorada.

¹ MPM. Tendencias tecnológicas 2025 en el sector asegurador y su impacto en las corredurías. 2024 [consultado 18-12-2024]. Disponible en: <https://www.mpmsoftware.com/es/blog/tendencias-tecnologicas-2025-sector-asegurador/>

² STRATO FLOW. The Role of Digitization in Insurance Industry And Its Future. 2024 [consultado 18-12-2024]. Disponible en: <https://stratoflow.com/digitalization-in-insurance/>

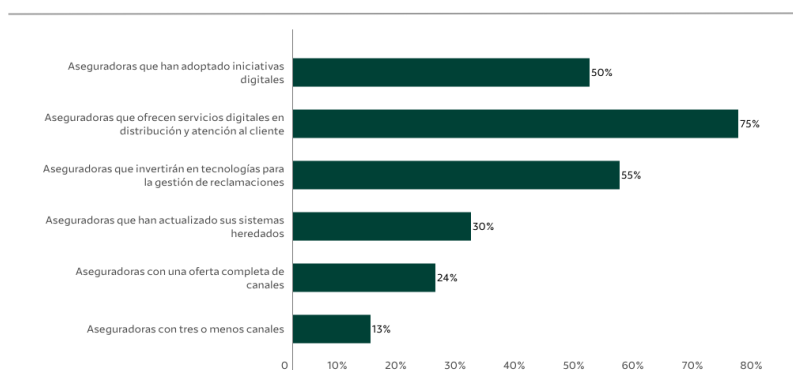
³ MCKINSEY. The global life insurance industry is facing an inflection point. A fundamental reimagining will usher in significant change. 2023 [18-12-2024]. Disponible en: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-insurance-report-2023-reimagining-life-insurance>

⁴ DELOITTE. 2024 global insurance outlook. 2024 [18-12-2024]. Disponible en: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/financial-services-industry-outlooks/insurance-industry-outlook.html>

⁵ MCKINSEY. Global Insurance Report 2023. 2023 [18-12-2024]. Disponible en: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-insurance-report-2023>

Un informe de Liferay⁶ resalta que **solo el 24% de las aseguradoras dispone de una oferta completa de canales que incluye opciones físicas, como agentes, corredores, bancos y atención telefónica**, junto con alternativas digitales como sitios web y aplicaciones móviles. Además, un 13% de las aseguradoras opera con tres o menos canales, lo que limita significativamente la variedad de interacciones disponibles para los clientes y plantea un desafío para satisfacer las expectativas de un consumidor cada vez más digitalizado.

Estado de digitalización en el sector asegurador global



Fuente: Vecdís, en base a datos de McKinsey, Deloitte, Strato Flow, Liferay

03 Análisis de las tendencias 2025 en el sector asegurador

El sector asegurador está al borde de una transformación significativa impulsada por **tendencias emergentes que redefinirán su panorama en 2025**. La **inteligencia artificial** avanzará más allá de la experimentación, integrándose de forma ubicua en procesos clave, mientras que **la gobernanza de la IA** garantizará su uso responsable mediante observabilidad avanzada y la creación de clientes sintéticos. La **tecnología sostenible** marcará el camino hacia operaciones más responsables, y los **cambios demográficos**, como la brecha generacional y el envejecimiento poblacional, demandarán nuevos productos y servicios adaptados a estas realidades.

Simultáneamente, **la experiencia digital del cliente** se perfeccionará, y **la apertura de datos**, impulsada por normativas como PSD3 y eIDAS2, fomentará ecosistemas más conectados y una identidad digital fortalecida. Estas dinámicas no solo transformarán la forma en que las aseguradoras operan, sino también cómo interactúan con sus clientes y mercados globales.

⁶ LIFERAY. 1 de cada 4 aseguradoras dispone de todos los canales de contacto físicos y digitales con sus clientes [18-12-2024]. Disponible en: <https://www.liferay.com/es/w/solo-1-de-4-aseguradoras-disponen-todos-los-canales-contacto-con-sus-clientes>

RADAR
DIGITAL  Mutualidad