



La clave de la IA en los seguros está en su papel para impulsar la propuesta de valor para los clientes

Diana Esperanza. Madrid

El uso de la inteligencia artificial ha llegado al sector del seguro para quedarse. Pero, las entidades tienen camino que recorrer para sacarle partido. Sólo el 11% afirma tener datos preparados para afrontar la IA y apenas otro 11% tiene clara la visión de retorno que les puede aportar, según KPMG, como se explicó en el XVII Encuentro Financiero, organizado por EXPANSIÓN-KPMG.

Para Margarita Gabarró, directora financiera y de Operaciones en Zurich España, el problema es que hay una con-

fusión de conceptos: “Medimos más el caso del uso de la IA que el retorno. Hay que desplegar el uso y dejar que cada empleado decida impulsar su productividad”.

Juan Pablo Galán, consejero delegado de Verti, afirmó que solo entre el 5% y el 10% del sector asegurador destina la IA a generar ingresos y crecer: “Es cierto que la IA eleva la eficiencia y genera más productividad, ayudando a conocer mejor al cliente y a tomar decisiones, pero hay que optar por un modelo híbrido”, señaló. “Ningún cliente nos va a elegir por tener



más IA que el resto, la clave es tomarla como un vehículo para impulsar la propuesta de

valor, pero lo importante son las personas que dan nuestros servicios, con conocimiento y

el factor humano que da confianza y empatía al cliente”, dijo.

Mikel Campo, socio de FS Consulting Strategy Sector Asegurador de KPMG en España; **Margarita Gabarró**, CFO de Zurich España; **Juan Pablo Galán**, CEO de Verti; **Arnau Taulé**, Chief Data Officer (CDO) de Generali España, y **Óscar Paz**, fundador y CEO de insurNOW.

Arnau Taulé, director de Datos de Generali, cree que para que el equipo trabaje mejor gracias a la IA es importante que la gobernanza sea muy transparente, muy clara con el camino a seguir y con la implicación de todos para conseguir un impacto en la eficiencia: “La IA es responsabilidad de todos. Todas las funciones del negocio tienen que ser responsables de su uso”.

Óscar Paz, fundador y CEO de insurNOW, sugirió hacer autocritica en cada empresa y saber desde dónde se parte con la IA para crecer con ella en el medio plazo.