LA RAZÓN

PUBLICACIÓN: La Razón
PAÍS: ESP
TIPO: Print
AVE: €24917.76
AUDIENCIA: 134000

AUTOR: Ángel Vázquez López,
PÁGINA: 35
SUPERFICIE: 54.00 %

> 4 de noviembre de 2026 a las 0:00



Inteligencia artificial en el seguro: menos ruido, más método y el valor innegociable de la confianza

Por Ángel Vázquez López, Director General Comercial de Proyectos y Seguros

Pocas tecnologías han irrumpido en el tejido empresarial con el estruendo de la inteligencia artificial. Vivimos asomados a un escaparate donde cada semana asoma un nuevo oráculo digital: sistemas que devoran documentos en segundos, que conversan con fluidez políglota, que resumen, redactan y se coordinan con una autonomía que roza la ciencia ficción. Ante este despliegue, la tentación es evidente: subirse a la ola a cualquier precio y cuanto antes, por puro pánico a quedarse atrás. Sin embargo, en el sector asegurador, la pregunta que separa la innovación genuina del riesgo corporativo no es si debemos usar la IA, sino para qué, cómo y, sobre todo, con qué garantías.

Conviene no perder el norte: el seguro es, en su esencia más pura, un negocio cimentado en la confianza. Un cliente nos entrega las llaves de su tranquilidad; nos confía sus datos más íntimos, su salud, su patrimonio y el futuro de los suyos. A cambio, no espera un algoritmo deslumbrante, sino una respuesta ágil, un asesoramiento honesto y la certeza absoluta de que su vida está protegida. Cualquier vanguardia tecnológica que decidamos incorporar tiene el deber ineludible de blindar esa confianza, jamás de ponerla a prueba.

En nuestra casa llevamos años apostando por sacudir las inercias de un sector tradicionalmente conservador. Si algo hemos aprendido en este trayecto es que innovar no consiste en dar un salto al vacío ni en trazar una línea recta sobre un lienzo en blanco. Es un oficio de orfebrería, un camino que exige paso firme, reflexión serena y un foco innegociable. El punto de partida no admite atajos: hay que identificar un problema real. No se trata de adornarnos con inteligencia artificial por el mero hecho de aplicarla, sino de diseccionar qué procesos lastran nuestra agilidad y cómo una solución concreta puede aligerarlos. Este es el criterio que ha vertebrado nuestras prioridades. Comenzamos por la atención al cliente, el verdadero corazón del negocio. Aquí, la IA



nos ha permitido construir una radiografía panorámica y precisa de cada asegurado, desatascando la gestión diaria. Hoy, un documento entra por la puerta digital y es leído, clasificado y destilado en milisegundos, poniendo la información vital en manos del equipo humano que debe obrar la magia.

La calidad del dato, clave

Pero nada de este engranaje funciona si los cimientos están huecos. La calidad del dato es el dogma de fe de cualquier proyecto de IA. Si la información es un caos, la tecnología no actúa como salvavidas; simplemente, multiplica el error a la velocidad de la luz. Y de la mano del dato camina, inexcusable, la seguridad. Por eso, en el centro mismo de la estrategia de Proyectos y Seguros, antes de escribir la primera línea de código, nos hicimos las preguntas que todo directivo debería grabarse a fuego: ¿Cómo exprimimos esta capacidad sin rozar un solo dato de nuestros clientes? ¿Qué muros de contención nos garantizan que lo sensible no se filtre en el interior de una máquina?

Las respuestas a estos interrogantes han sido nuestra brújula, obligándonos a descartar meros proveedores para buscar aliados tecnológicos reales. Exigimos políticas de retención cero y el enmascaramiento automático de cualquier información confidencial. En un sector con un corsé normativo tan estricto como el nuestro, la inversión tecnológica exige luces largas, visión de futuro y una alergia declarada a la improvisación. La innovación debe avanzar con método, no con prisa.

Un reto cultural

No nos engañemos: el verdadero reto en esta historia no es tecnológico, es cultural. Un proyecto de inteligencia artificial no es un software que se instala y se olvida; es un organismo vivo que respira y evoluciona con la propia empresa. Requiere del impulso irrenunciable de la dirección, sí, pero está condenado al fracaso si no logra enraizar en cada rincón de la compañía. Si el profesional que atiende el teléfono o el directivo que traza la estrategia no reman en la misma dirección, el barco no se mueve. Es vital desterrar el miedo y la percepción de que la máquina viene a usurpar el puesto; debe entenderse como lo que es: una evolución natural de nuestra vocación de servicio.

Desde la dirección comercial, la realidad se impone con nitidez meridiana: la inteligencia artificial no viene a sustituir el asesoramiento humano; viene a potenciarlo. Cuando una herramienta asume la carga de leer la letra pequeña, clasificar la burocracia o anticipar una necesidad, nos está devolviendo nuestro activo más valioso: el tiempo. Tiempo para lo que ningún algoritmo sabrá hacer jamás: mirar a los ojos, escuchar con empatía, desgranar una póliza con paciencia y tender la mano al cliente en sus momentos difíciles como la gestión de un siniestro.

La inteligencia artificial ha dejado de ser un experimento de laboratorio para convertirse en la gran palanca multiplicadora de valor de nuestro tiempo. Pero toda palanca exige un punto de apoyo inamovible. Problemas definidos, datos inmaculados, seguridad blindada y un equipo humano que crea en el proyecto. Con esos mimbres, el sector tiene la oportunidad histórica de volverse más ágil y, paradójicamente, más humano. Esa es la visión innegociable con la que operamos cada día en Proyectos y Seguros: ser la correduría de referencia que utiliza la tecnología no para deslumbrar, sino para arrojar claridad, cercanía y certidumbre en un mundo que ya tiene demasiado ruido.

Onclusive

Todos los derechos reservados

https://onclusive.com/en-gb/talk-to-us/