

Ciudad de México, 16 de mayo de 2017.

Versión Estenográfica de la Sesión Especializada “El futuro reciente ¿o inmediato? en seguros de Daños.”, dictada por Ingrid Calou, Francisco Casanueva, Max Kückemanns, Darío Luna, Charlotte Serres y Richard Schneider, en el marco de la 27 Convención de Aseguradores AMIS realizada en el salón Montejo 4, del Centro Banamex, en esta ciudad.

Horst Agata: Yo creo que la mayoría parte de las 27 yo participé, las tardes nunca hacíamos grandes cosas, porque nos quedábamos en el caballo bayo, pero como veo que el caballo bayo cerró, la gente ya no sabe qué hacer otra cosa y regresa aquí al salón.

Qué alegría para nosotros, porque realmente el Panel es súper interesante y muy bueno.

Yo no sé cómo se sienten ustedes, pero yo de verdad estoy un poco asustado, les tengo que decir la verdad, mi vida profesional yo me dediqué a lo tradicional y hoy todo el día me están hablando de tecnologías nuevas, de lo que va venir y de verdad yo me quedo un poco preocupado y sí.

Pero yo pensé que yo soy solo, no, hay mucha gente que está preocupada, yo estuve mirando, no sé si ustedes vieron el estudio que nos pasó *I Best* ahí con la información, ahí hay una encuesta del mercado de seguros en Estados Unidos y justamente la gente dice eso: Las nuevas tecnologías por un lado es una gran amenaza para el negocio tradicional, pero también una gran oportunidad y esto lo tenemos que ver así.

Yo pienso y aquí vamos hablar en el Panel seguramente sobre esto, de que no pensemos en el negocio actual que tenemos, sino pensamos en el negocio que todavía no hemos hecho y probablemente esas nuevas tecnologías nos dan la oportunidad de hacerlo, esto siento que es muy importante, sobre todo los clientes al futuro, la gente que vamos a ver y que todavía ni siquiera posiblemente nos conoce, esto es algo muy interesante definitivamente.

Definitivamente somos una industria, yo pienso, a lo mejor el Panel me va a contradecir, es una industria muy tradicional, yo siento de las grandes industrias somos quizá de las últimas que nos toca esta disrupción y nos toca duro, porque definitivamente ya casi todas pasaron por esa disrupción y ahora nos viene, yo lo siento, como una gran avalancha que nos viene

encima, porque las otras industrias tienen ya, han hecho sus experiencias y entonces estas vienen ya con nosotros.

Entonces es un reto muy grande, pero también por un lado, como yo les dije, muy interesante.

Vamos a convertir una industria quizá muy conservadora en el pasado en una industria muy moderna y muy interesante también para las próximas generaciones, para los jóvenes que van a llegar a nuestro sector, esto también es un gran reto para nosotros, porque tenemos esto, tiene que hacer gente, gente joven, porque ya los viejos difícilmente como yo vamos a entender todo lo que nos dicen, pero es así, son los cambios generacionales que siempre hemos tenido en el sector y esos son buenos.

Yo tengo el gran gusto de moderar ese gran Panel, voy a presentarles rápidamente con quién estamos aquí. A mi lado nuestra doncella Ingrid Carlou, es Directora General de Patria Re, Ingrid tiene una enorme experiencia en el sector reasegurador, asegurador, corredor, entonces Ingrid tiene una gran experiencia internacional.

Recientemente como saben, Patria hizo un sindicato en Londres, entonces para mí es muy importante que esté Ingrid aquí en este Panel.

Después viene Paqui Casanueva. Paqui Casanueva es el Presidente Ejecutivo del Grupo Interprotección. También tiene una larga tradición en el mercado, muchísima experiencia, de verdad me reuní hace poco con él, es muy interesante que nos va contar sobre las cosas nuevas que están pasando en el mundo, él y algunos de sus ejecutivos pasaron un tiempo en Silicon Valley y pienso que va ser muy interesante qué nos puede decir.

Tenemos a Charlotte ahí, Charlotte estudió en Oxford y en *Bas*, en Inglaterra, en 2013 entró en AXA Seguros, trabajó algún tiempo directamente con Xavier, que le siguió de AXA, todos lo conocemos muy bien y hoy ella es responsable de la transformación e innovación para autos y daños. También muy interesante que nos puede comentar ella.

Ella recibió el año pasado la acreditación de Sink en *Creating Problems Olvesing*, por el The Science Sink Institute, entonces estamos muy interesados en escucharte.

Después tengo a Richard Schneider, muchos conocen a Richard, ya tiene muchísimos años con nosotros aquí en México, él nació en Suiza, en 1996 ingresó a la Swiss de Reasegros y desde 2007 es el Director General de la Swiss en México.

A su lado tenemos a Maximilian Kückemanns o todos lo conocen por Max, mucho más fácil. Max también tiene muchísimos años en reaseguro, representa también una gran reaseguradora, creo que sin exagerar, estas dos reaseguradoras que están ahí sentados, la Swiss y la Munich si ustedes se van a su página de internet, han hecho mucho en el tema de innovación, por eso también es muy importante tenerlo aquí a los dos y también a Max.

Max tiene también como yo le dije, muchos años en Munich, ha pasado por varios países, estuvo un largo tiempo en Brasil, estuvo en Argentina, yo estuve la semana pasada ahí y todavía le quieren mucho ahí en Argentina y desde el 2014 está con nosotros en México y ahora actualmente es el Director General de la Oficina de Munich en México.

Last ban list, eso no tiene orden de importancia, porque nosotros hemos pensado en algo, porque esto es una cadena, como ustedes se dan cuenta de alguna forma. Está Darío Luna, a Darío también lo conozco muchísimos años también, él es el socio fundador de Akua Capital, una empresa muy interesante que hace cosas muy innovadoras, algunos seguramente se conocen o se acuerda de Darío, cuando Darío tuvo una posición importante en el sector público, él fue titular de la Unidad de Seguros y Pensiones y de Seguridad Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito.

Hoy es miembro del Comité Ejecutivo del *Kreaf*, es el pull de seguros paramétricos para el Caribe y Centroamérica respaldado por el Banco Mundial, muy importante. Ha diseñado programas de microseguros paramétricos para AMIS y trabaja como consultor con el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial, y también posee una gran experiencia en los temas que vamos a tratar.

Vamos a empezar, voy a preguntar a Ingrid cómo ve ella esta situación de la innovación, tú estás igual como yo, te da mucho miedo, estás muy positiva y todo va salir muy bien, ¿qué piensas tú de la situación actual y dónde estamos actualmente a nivel mundial y si luego puedo aterrizarlo a México te agradecería mucho?

Muy importante, disculpen, me olvidé algo muy importante, es por no apuntarlo. Teníamos un video que vimos que nos gustaría que lo vieran, que de hecho es un gran video que me gusta mucho.

Max Kückemanns: Va ser un poco repetitivo.

(Proyección de video)

Horst Agata: Muy bien

Vuelvo con la pregunta, la primera pregunta a Ingrid, ¿de cómo ve ella todo esto, cómo ve este tema del cambio? ¿Vamos a tener esos grandes cambios a nivel mundial y después un poco tú ves también muchos cambios que van a venir después o ahora a México?

Ingrid Carlou: Sí.

Yo lo veo muy positivo, la época en la cual vivimos ya tiene un nombre, se llama VUCA, entonces es volatilidad, el U es incertidumbre, complejidad, el otro es ambigüedad.

Entonces, realmente todo el mundo está un poco apanicado por lo que viene, porque lo que estamos viviendo ahorita es solamente el impacto de riesgo de internet, que es ciber como oyeron la semana pasada el wanna cry, pero eso es el impacto de un riesgo emergente que fue internet hace 20 años.

Entonces, todo lo que escuchamos esta mañana que es robotics, 3D printings, inteligencia artificial, *sider accer A*, pues no sabemos realmente qué nos va a pasar y cuándo, porque todo es exponencial, hay que pararlo y pensar lineal, pero pensar exponencial. Entonces, estamos todos como a ver qué va suceder.

Entonces, yo estaba pensando y hoy me decía: A ver, cuál es mi mayor riesgo hoy. Pues hoy es tener gripa, porque tengo la voz que no es realmente mi voz y entonces significa que mi teléfono no me van a responder, le voy a pedir un taxi y no va llegar el taxi, porque no va responder a la voz si hay además un problema de programación, un corte de luz o un internet break, entonces el refri no se va abrir, la puerta no se va abrir tampoco y mi Alexa no me va poner la música que quiero, más o menos es... por qué estamos todos interconectados y entonces sí hay un pequeño problema en la programación, pues en toda nuestra vida futura se va ir al carajo. Pues no sabemos muy bien, ¿no?

Entonces, más o menos lo que tenemos que ver es cuál es el problema o cuál es el riesgo. La industria de seguros sí es la más tradicional del mundo, pero al mismo tiempo no hay problema de fondo, la industria de seguros siempre apoyó a los gobiernos al crecimiento económico, siempre apoyó a las compañías a entender el riesgo, siempre fue parte de la libertad de la gente, porque les da opciones a ustedes elegir cuál es el nivel riesgo que quieren tener y eso va seguir, lo único es que es más complejo.

Entonces tenemos que cambiar nuestros productos que les vamos a ofrecer, para seguir más o menos lo que estamos viviendo. Entonces es muy proactivo, es muy bonito.

Ahora, a mí lo único que me da miedo es lo que llaman virtual realidad, no entiendo muy bien completamente, es totalmente incoherente tener una realidad virtual, pero eso lo tenemos que ver atrás de la máscara, pues quien sabe.

De hecho eso tendría que reducir los riesgos, porque ni te mueves más, estás en tu cuarto y puedes hacer miles de cosas, viajar, etcétera, sin moverte.

Entonces, si vemos la industria de seguros como indemnizar un siniestro, es muy padre, todas esas tecnologías, porque atraes de drones, paramétricos, etcétera, entonces vamos a reducir el costo de identificación de una iniciación y también el tiempo de indemnización, entonces está muy bonito, está muy positivo.

Vamos a poder reducir la brecha entre el siniestro económico, el siniestro asegurado, porque todo el mundo va a tener más como conexión y conectividad. Lo único que hay que ver, hoy tenemos una cadena de valor.

Entonces, cuando cambia el producto, cambia el mercadeo y cambia también la distribución y cambia, por supuesto, la suscripción al final. Entonces, lo que nos va hablar Paqui es que, por supuesto, hay un impacto en la cadena de valor.

Hoy estábamos como un cliente, un agente, una compañía de seguros, un bróker o no de reaseguro, mañana, no, no. Un cliente, un asesor de riesgo que puede ser cualquier persona de otra industria o la nuestra y un capital que te ayuda a tomar el riesgo, pero es lo que vivimos.

Ahora, tenemos que ayudar también la regulación, porque la regulación al principio, a menudo es un freno, entonces qué va pasar con las políticas de protección de datos personales si todo el mundo tiene sus datos en el cloud, hay privacidad, no hay privacidad, qué va pasar.

Entonces todos ellos la regulación en la Comisión de Hacienda tienen que realmente acelerar un poco un paso para permitirnos como seguir el paso, también, ¿no? más o menos.

Horst Agata: Muy bien, muchas gracias.

Paqui, ¿cómo ves tú el tema de la innovación, cuál es la experiencia que has tenido en tú empresa y cuál es la reacción que tú sientes aquí localmente de tus clientes, referente a esa innovación?

Francisco Casanueva: Antes que nada quisiera, estuve practicando toda la mañana para ver si traía un acento extranjero, para no sentirnos como minoría discriminada aquí, porque tenemos un Panel muy internacional.

Horst Agata: Acuérdate que soy el alemán más mexicano.

Francisco Casanueva: Guadalupano también, ¿no?

Platicábamos un poco preparando este Panel de cómo veíamos el mercado desde las distintas perspectivas de todos.

Yo pienso que desde el punto de vista que planteaban ahorita Horst e Ingrid, el tema que más miedo me da a mí en particular yo pienso es que normalmente la disrupción no viene del mercado en el cual estamos, sino de la disrupción normalmente viene de un externo, que no tiene nada que ver con el mercado, que ve con claridad el modelo de negocio, que logra acomodar las piezas de una manera distinta como nadie en el mercado las está viendo.

Yo pienso que ese es el miedo y el riesgo mayor, pero ese también depende de nosotros, yo pienso que no sé bien cómo se conjugue en español, pero o nosotros nos volvemos disruptores o vamos a estar dirompidos o rotos.

Entonces, una vez que la disrupción empieza, cuando te empiezas a dar cuenta y estás dentro del mercado, ya es demasiado tarde.

Entonces, un poco lo que nos hemos avocado nosotros a la tarea como decía Ingrid, me parece que hasta hace relativamente pocos años teníamos una cadena de valor muy lineal, muy ordenada, donde estaba el cliente, estaba el agente, estaba la compañía de seguros, estaba el bróker de reaseguro, estaban los mercados de reaseguro y estaban perfectamente bien delimitadas las barreras. Por alguna u otra circunstancia en estos últimos años se han venido borrando totalmente estas fronteras y ahorita encuentra uno casi en todos los casos, que de repente hay reaseguradores que acceden el cliente de manera directa, a clientes que acceden directo al reasegurador también, tenemos agentes que de repente participamos en el reaseguro, estamos cliente, también con la compañía de seguros, compañías de seguros que accesan al cliente de manera directa.

Entonces, básicamente yo pienso que no nos hemos dado cuenta, pero todas las piezas menos el cliente, nos convertimos en intermediarios y todos estamos en lugar de alineados así, estamos alineados como explicaba Ingrid, está el cliente; estamos todos los intermediarios que jugamos de alguna manera y luego está el tema del riesgo y el capital.

Entonces, de manera distinta el cliente va accedando, sí estamos viviendo una realidad yo pienso que sobre todo de empowerment de parte del cliente, donde el cliente cada vez tiene más la decisión.

Ahora, sin ser rasposo y crítico, me parece que estamos en un mercado que está a punto de turrón. Yo platico con varios de los actores y el cliente no está satisfecho con lo que recibe, el agente no está satisfecho con lo que recibe, la compañía de seguros no está satisfecha con lo que recibe, el reasegurador no está satisfecho con lo que recibe, la autoridad no está satisfecha con lo que recibe.

Entonces, eso lo que dice a mí es que estamos al punto de turrón para una disrupción muy particular.

Ahora, ¿qué es lo que estamos buscando nosotros hacer? si entraron a la plática de Salim el día de hoy, de repente uno oye platicar a este cuate y piensa uno que le están abriendo la ventana al futuro.

Pero realmente estas cosas ya están sucediendo aquí, hace tres o cuatro años tomaba unas notas por ahí. De repente hemos incorporado, me siento un poco como viviendo en una novela de Harry Potter o cuando leí el libro, hay palabras que nunca habían existido jamás y de repente ya las usamos de uso corriente: WhatsApp, drones, ciberataque, chatbot, de repente eran palabras que llegaban nuestros hijos, nos las decían, uno pone cara de que sí sabe y googleaba rápido, entonces uno se quedaba ahí, no se quedaba uno ahí rezagado.

¿Qué estamos haciendo nosotros al respecto? Realmente lo que estamos buscando es ver de manera muy innovadora el tema, salirnos de la caja y empezar a probar tecnologías distintas. Ya tenemos funcionando ahorita un chatbot lo que hace es inteligencia artificial que con ciertos árboles de decisión tú le metes todos los questions an answers y tú vas accedando, no hay intermediación humana, sin embargo, este chatbot ahorita actualmente ya te pregunta, te suscribe, te cotiza, te emite, te cobra y te manda la póliza.

Todo este proceso funciona sin que haya intervención humana, el primer día que lo pusimos los productos son muy radicales, estamos probando apenas, 200 pólizas vendimos.

Entonces, de repente son movimientos súper innovadores que antes no veíamos, llega uno a un ajuste de daños ahorita, un ajuste de daños severo y de repente conoce uno al ajustador y el ajustador abre una maleta, saca un dron, el dron empieza a dar vuelta y con un mapeo 3D tiene mapeado el área del daño, suena como de ciencia ficción también.

De repente en lugar de un call center como lo conocemos, que sería un chorro de posiciones, desarrollas con algún socio de negocio que ya lo estamos haciendo inteligencia artificial a través de algoritmos, si no se los explico bien, pregúntele a sus hijos hoy, porque me lo explicaron mis hijos antes de implementarlo.

En la escuela de mis hijos entregan las tareas y el profesor las escanea y las mete a Google y sacan no solamente la calificación, sino un índice de cuanto hicieron copy page de artículos publicados en la red, esto suena fatal, caray, porque antes te medio fusilabas la enciclopedia, ya estaba perfecto, ya sacabas 10 y nadie iba a cotejar la enciclopedia.

Pero qué tal estaría una tecnología igual a esta, para comparar *werdings* en el momento de un siniestro o en el momento de la suscripción o para calcular el riesgo en el momento en el que tú estás haciendo visitas a instalaciones o a plantas.

Yo pienso que la industria aseguradora fue súper pionera, sobre todo la reaseguradora, el cad modeling lo llevamos viendo años y años y años, hemos sido pésimos para vender el productazo tan innovador que teníamos, pero ahorita ya se volvió un poquito obsoleto, caray.

Entonces, tenemos que darle paso, yo pienso que tenemos que brincar mucho más y tenemos que empezar a pensar de manera distinta.

Yo remato ahorita la idea con decirles, el indicador que vemos nosotros o que veía yo de manera personal, las palabras favoritas de nuestra industria son no, nunca y nadie. Y yo donde veo no, nunca, nadie es el mejor lugar para empezar a romper y a innovar.

O sea, el no, claro que sí, siempre hay sí. El nunca, cómo que nunca, claro que se puede y lo vamos hacer ahorita. Y el nadie, si no ha llegado nadie para eso estamos ahorita.

Entonces, yo pienso que ese es el espíritu que hay que tener, no quedarnos satisfechos con lo que tenemos, si no damos el paso nosotros,

si no lo damos por convicción, hay que darlo por miedo, si no lo damos nosotros hay alguien fuera del mercado que lo va dar por nosotros.

Horst Agata: Entonces, ¿tú ves el mercado mexicano en este momento como un poco adverso a las tendencias innovadoras?

Francisco Casanueva: Yo te diría, el mercado mexicano ha entendido por el 2.2 por ciento del PIB, sí. Pero lo que hay que ir a pelear y a conquistar es el 98 por ciento del PIB, no el 2. Ese 2 ya lo tenemos capturado, ya lo conocemos todos, da vueltas todos los años entre las manos de todos nosotros. Lo que hay que salir es a convencer al 98, no a seguir manoseando el 2.

Horst Agata: El Secretario de Hacienda dijo hoy en la mañana 5 por ciento.

Francisco Casanueva: 5 por ciento, noticia para todos.

Horst Agata: Él dijo.

Francisco Casanueva: 150 por ciento de crecimiento.

Horst Agata: Exactamente, sería eso, imagínate.

Francisco Casanueva: ¿Pero dijo en 10 años?

Horst Agata: Sí, sí, sí, eso dijo.

Francisco Casanueva: Hay que acelerarlo para hacerlo en 3.

Horst Agata: Otra cosa que me gusta nos cuentes un poquito.

Las cosas que has hecho las has tratado de implementar en tú compañía referente a la innovación, ¿siempre fueron éxitos?

Francisco Casanueva: Esa es una gran pregunta y me parece que es un cambio total de mentalidad.

Yo pienso que lo que hemos aprendido muchísimo con toda esta ruta de innovación que tenemos, es que normalmente el camino al éxito está lleno de piedras que son fracasos, pero los fracasos yo pienso que en la industria de seguros y en Latinoamérica, somos muy adversos a la palabra fracaso y a la distracción o al tema del fracaso como tal y normalmente le rehuimos.

Horst Agata: No nos gusta.

Francisco Casanueva: Lo que hemos aprendido nosotros de la cultura de estas experiencias es que el tema no es si tú triunfas o no triunfas o si

tienes éxito o no tienes éxito, es cuánto aprendiste y cuánto probaste y qué tan rápido aprendes y qué tanto capitalizas del fracaso como tal.

Entonces, me llamó la atención cuando fuimos a Silicon Valley, platicábamos con una señora de recursos humanos, de conocida empresa de esta de las letras de varios colores que es Google y me decía, yo le preguntaba: ¿Cuéntame un poco cuál es el perfil de contratación de gente para este tipo de empresas?

Y me decía: A ver, ¿cuéntame un poco de ti? Y como buen mexicano y como buen bróker le platiqué todos los éxitos de la A a la Z, todos y por su orden y al final me dijo: Mira, la verdad nunca te hubiera contratado, porque si aquí no me platicas que probaste y fracasaste y te levantaste, jamás te hubiera contratado.

Entonces, yo pienso que es una vuelta radical de cómo vemos las cosas, nadie es infalible, el tema es cometer los errores una vez, capitalizar y aprender.

Horst Agata: Es correcto.

Bueno, Charlotte, ¿cómo ves tú el tema en una aseguradora en México, que también trata de reinventar el seguro? ¿En ustedes cuáles fueron las experiencias, ustedes han tenido casos de éxito, han tenido casos que no fueron tan exitosos, cuál es tú pensamiento sobre esto?

Charlotte Serres: Gracias, Horst.

Lo primero que quiero mencionar es la parte de *Isain tin quin*, es realmente entender al cliente. Dentro del trabajo que hemos estado haciendo hemos estado muy interesados por quién es el cliente de hoy, de mañana, cuáles son sus necesidades y con entender eso y empezar a ver cómo la tecnología nos puede ayudar a responder mejor a sus necesidades.

Tomando el caso de siniestros, por ejemplo, que también mencionaba Paqui, hemos hecho algunas cosas. Sabemos que al momento de un siniestro de auto es un momento difícil para nuestros clientes y para nosotros es importante atenderlo rápido y de la forma más atenta posible que muchas veces es difícil.

Dentro de ello, dentro del equipo de transformación digital de AXA se desarrolló una App en donde al momento del siniestro el cliente puede ver a dónde está su ajustador y en cuánto tiempo se va tardar, un poco tipo Uber y además al final de la experiencia poder calificarlo.

Para nosotros esto es muy importante para poder gestionar la expectativa del cliente y además tener su retroalimentación. Y la otra cosa que estamos haciendo es también, lanzamos un piloto en noviembre con viceajustadores justamente para ver cómo funciona la idea, siendo que en ciertas zonas, a donde hay mucho tráfico, lo viven en la Ciudad de México, lo conocen, a veces se puede llegar más rápido en bici y la verdad es que los resultados del piloto han sido particularmente exitosos y en 99 por ciento los casos llegamos en menos de 30 minutos.

Son bicis eléctricas que les puedo decir, y también están ayudando a reducir la contaminación y la huella de AXA además de disminuir la huella de tráfico de AXA y creemos que tanto para nuestros clientes como para el consumidor en general de estas ciudades es importante.

El otro tema que les puedo platicar de innovación de lo que estamos haciendo es el tema de drones. El año pasado la Dirección General de Aviación Civil sacó una circular indicando que cualquier dron para fines comerciales y privados no comerciales, tenían que contar con un seguro de RS y además hemos estado viendo una creciente demanda para este producto.

Como buena millennial yo pensé: Bueno, vamos a sacar el producto y la verdad es que afortunadamente tenemos que para sacar un producto se tiene que tomar en considerar muchas cosas, porque es nuevo riesgo, la democratización del uso del dron no es tan sencillo como riesgo, es nuevo y tenemos que pensar en la protección de los intereses del cliente, de la sociedad y de la integridad de la compañía al momento de sacar un nuevo producto que espero estaremos sacando en este año.

Entonces, ahí de nuevo buscando la forma de adaptarnos a un mundo cambiante, a un país en donde el dron casi-casi el nuevo Smartphone, cuantas veces van a eventos y ven ahí un dron volando y es amigo de sus hijos, sus amigos volando drones y viendo que puede representar un nuevo riesgo.

Entonces, dentro de la experiencia seguimos analizando, hay más cosas que estamos haciendo, pero realmente viendo cuáles son las tendencias de consumo, qué son las necesidades y trabajando sobre ello.

Horst Agata: ¿Tú crees que el cliente al futuro está ya asegurado con ustedes?

Charlotte Serres: Muchos no.

Horst Agata: ¿Por qué no?

Charlotte Serres: Hay mucho que hacer entiendo también de las prácticas que dieron esta mañana, que hay un trabajo que hacer sobre inclusión financiera, veíamos las películas de los jóvenes que están en zonas más remotas del país, que no saben que pueden asegurarse, no saben con quién, no saben dónde, entonces hay una gran labora ahí también que hacer.

Horst Agata: Definitivamente, está presente ahí.

Richard, me gustaría que nos hablaras un poquito de dos temas que escuchamos hoy en la mañana muchísimo: Uno es el tema de los telematics y el otro es el internet of things, que son dos temas inmensos y grandes, pero yo sé que las Swiss ha trabajado mucho en estos temas y traen ideas muy interesantes que seguramente van a interesar a nuestros espectadores.

Richard Schneider: Gracias.

Empezando con telemetría o telematics. El país en el mundo que más telemetría está usando actualmente es Italia curiosamente, más que Estados Unidos y más que otros países en Europa, y eso tiene que ver mucho de que en Italia había mucha diferencia o sigue habiendo diferencia entre el norte y el sur en términos de primas, entonces realmente había una motivación muy clara que es el precio al final del día y también el servicio, porque la telemetría permite también ver cómo se produjo un accidente al final del día y puedes realmente determinar muy bien quién es el culpable.

Y las pólizas en Italia de RS particularmente son muy altas, la prima es muy alta, entonces había una motivación muy clara y junto con el servicio como que llegó ese momento en que en Italia se empezó a desprender y hoy en día hay 5 millones de pólizas que son este aparato, es un *black box* en Italia que se instala en el coche, que finamente mide la forma cómo manejan las personas y determina la prima de las personas. Es venta en el sur de Italia, después de esto bajó mucho la prima.

Creo que es interesante esto, que finalmente la motivación en el precio, pero también el servicio.

Y ahora nos podemos preguntar: ¿Y cómo debería ser esto exitoso en México, qué son las motivaciones para hacerlo en México, por qué la gente compraría una póliza de telemetría?

Yo creo que son tres cosas: Primeramente otra vez precio y servicio, creo que es lo principal. Y precio quizá primero, precio es no solamente el precio

de cómo alguien maneja, sino principalmente que toda la plataforma esté automatizada, con esto puedes realmente reducir bastante el precio y al final del día puedes ofrecerles una póliza más accesible a todos, pero otra es diferenciando idealmente los que manejan mejor y especialmente para personas que solamente utilizan el carro algunas horas al día o algunas veces por semana, hay que precisamente distinguir mucho mejor el riesgo real de alguien.

Lo que me lleva al segundo punto en México, porque la... en México, prácticamente no se mide, porque aquí lo que aseguramos es el carro mismo, el modelo del carro, el año, pero no aseguramos la forma cómo maneja la persona y cuánto utiliza el carro.

Horst Agata: Qué bueno, nunca voy a tener una póliza.

Richard Schneider: Entonces creo que podríamos tener un éxito allá también.

Y el tercer punto, pensamos que simplemente es el tamaño otra vez, entonces los que no tienen una póliza es impresionante, en México que más o menos el 70 por ciento de la población no tiene una póliza de auto o de RS, pues realmente es impresionante.

Entonces si comparamos con cualquier país de Europa, Suiza con 7 millones de habitantes y 7 millones de asegurados no hay potencial, pero en México sí y es mucho más grande que cualquier país de Europa, entonces en ese sentido sí creemos que se puede hacer algo, tal vez no para todos, porque ahí vienen también los vehículos autónomos que van a empezar a llegar y entonces quién quiere una póliza todavía si el coche ya maneja solito y es la paga el seguro, entonces para qué.

Pero hasta que llegue eso sí creemos que hay potencial, creemos que eso de utilizar el carro cuando realmente lo vas a manejar, puede ser algo interesante y creo que hay oportunidad porque el mercado sigue.

Horst Agata: ¿Hay alguna compañía en México sin decir nombres que ya está aplicando esa técnica?

Richard Schneider: Que yo sepa no.

Horst Agata: Yo tampoco, no escuché de nadie.

Richard Schneider: Claro, y también se puede utilizar el iphone o cualquier otro device, no tiene que ser algo tan sofisticado como estos black box tan caros.

Y nomás rápidamente Max, el internet of things muy rápido. Para mí es un tema realmente, el internet of things es algo que no tiene mucho que ver con seguros, en sí realmente es esta conectividad, todos los aparatos y decían que no son 25 mil millones si no son 100 mil millones en el mundo que van a estar conectados, aparatos que se... y los sensores de las casas y sensores en los coches y todo eso. Son muchísimos aparatos que producen muchísimos datos y al final del día eso crea oportunidades para el seguro.

Por ejemplo, eso de que no sé, sales de la casa, se abre la puerta y el sensor ya detecta que te saliste, dice: Oye, no quieres comprarte tú seguro para tu perro, no sé, si lo atropellan o no sé, ideas así, qué sé yo. Ideas locas que hoy en día todavía no son realidad, pero todos hablan de esto.

Esta empresa en Estados Unidos, *Truf*, que la enseñaron en la mañana, es el internet of things al final del día, finalmente hace como que les dispara un seguro, al final del día o lo del *fifpit*, eso es simplemente of things, estamos trabajando en eso, nosotros principalmente en Swiss estamos trabajando sobre estos sensores para la salud que finalmente creemos que eso puede llevar a reducir los costos de una póliza de gastos médicos o también una póliza de una persona ya mayor que al final del día si se cuida y vemos que se muere y se toma sus medicinas, le vamos a dar un descuento en su seguro.

Horst Agata: Por eso me quité esa pulsera, para que no me cuiden tanto.

Richard Schneider: Lo pusiste en la pata de tu perro.

Horst Agata: Exactamente.

Muy bien.

Otra de las cosas que vemos que hoy en día se maneja en enorme cantidad de datos y el tema ahí central es lo que escuchamos también de... en la primera presentación hoy en la tarde, es el tema de data analytics, que es un tema creo que muy importante para nosotros Max y seguramente tú nos puedes contar algo sobre esto.

Max Kückemanns: Sí, gracias Horst por la introducción. Quería decir primero wow, hay tantas ideas aquí literalmente en la mesa, es difícil añadir algo.

Pero todas estas ideas y si pensamos en el cliente del futuro, tiene una base en común y creo que es el disruptor del futuro y la base en común son los datos. En realidad todo eso que hablamos acá, esa base de datos.

Y hoy todavía no tenemos la inteligencia tan matricial de usar estos datos, pensar en el cliente del futuro y estos data analytics.

Yo tuve la posibilidad en mis últimas dos visitas a Munich también, hay todo un departamento que solamente se ocupa de data lake, data analytics, es impresionante, es impresionante que pueden hacer, ya hay muchos ejemplos muy positivos.

Cuando hablamos de data analytics, obviamente primero viene en la cabeza, sobre todo un poco con el aspecto comercial y siendo el cliente del futuro, se dice marketing, abseiling, croseling, etcétera.

Pero hay otras cosas, los mitigación, prevención de riesgos, analizar los riesgos mejore y para mí fue muy interesante escuchar al... cuando le pregunté, cuánto tiempo de recursos dedicas al negocio tradicional y cuánto al de innovación.

Yo también creo sinceramente, lo que yo vi, yo tampoco conocía el tema, tuve que aprender y quiero profundizar ese tema, porque veo al futuro, es que esto nos cambia con el tema data analytics, machine learning, es impresionante qué hacen.

Por ejemplo, base de datos de una aseguradora, un *finitiv* Group en conjunto con la experiencia de base de datos con el reasegurador y quizá alguien que está navegando, toda la base de datos en el *souci* media te analizan cosas sobre ti propio que te conocen después mejor que tú propia mujer, se ríen, es increíble.

Pero salen cosas, yo no podría verlo, quizá pensando del cliente del futuro, pensamos en... muy buen ejemplo. Edad, dónde vive, el auto que maneja, todo por las bases de datos de la aseguradora, del reasegurador y por ejemplo, *souci* media.

¿Cuáles son tus hábitos, cuántas veces viajas? Y te hacen un perfil y te lo comparan igual en Amazon, la persona que tiene ese perfil normalmente tiene este tipo de seguros y de repente la aseguradora dice: Pero... solamente tiene el auto asegurado, obviamente esto no significa que compra lo demás, pero después como aseguradora puedes hacer otro *aprouch* en el mundo digital para capturar un *close abseiling* con...

Me fascinó, hay ejemplos en Alemania, hay ejemplos en Europa, en América Latina todavía no hay intentos de ejemplos, todavía no conozco tantos ejemplos, yo veo que nuestros colegas del área de vida están un poco más avanzados en eso.

Pero yo quiero trabajar eso en México y yo realmente veo que eso es gran parte de nuestro futuro, pero no es de un día al otro, tiene que ser una estrategia combinada, sobre todo analizando los atributos y hay todo un tema de datos también, de confidencialidad.

Pero yo realmente creo, el cliente del futuro, aumentar la penetración de nuestro mercado tiene que ver con el uso inteligente de data analytics.

Horst Agata: Y estas nuevas técnicas también nos ayudarían a reconocer el cliente que finalmente no es el buen cliente, sino el cliente que nos quiere hacer daño también.

Max Kückemanns: No, el tema de los mitigación o *flot* o esta parte de eso, pero ya ahí necesitas especialistas.

Y quiero para terminar, quiero compartir una frase con ustedes: Todo el data analytics es en inglés, es (sin traducción).

Horst Agata: Muchas gracias, muy bueno Max, gracias.

Darío, un tema muy triste y lo vemos aquí en Latinoamérica y también en México, cuando hay una catástrofe grande, la gran mayoría, más del 80 por ciento más o menos, no tiene cobertura de seguros.

Tú crees que lo que está pasando, esa ola de innovación con tu experiencia en el *crispi* y también el gobierno y, sobre todo, aquí se habló de la súper experiencia del *cad pon* que en su día y sigue siendo un producto súper innovador en muchas partes del mundo, porque muchos gobiernos no lo tienen, es algo muy especial en México y tú has estado muy cerca de esto. ¿Tú crees que esto nos va a dar una gran oportunidad en el futuro?

Darío Luna: Sí, para mí lo realmente disruptivo es la combinación de tecnología, datos y un producto de seguro muy robusto, son las tres cosas, sin una de las tres creo que no funciona y ese producto de seguro lo que he visto en términos de seguros paramétricos es muy poderoso, esa combinación es sumamente poderosa.

Paqui mencionaba el ejemplo de los cad models, yo creo que es un gran ejemplo, porque es una combinación de tecnología, tecnología vieja, estamos hablando de satélites, estamos hablando de, es tecnología muy vieja.

Datos, los gobiernos construyen mejores datos y se usan los datos y entonces tú puedes juntar esas dos cosas con un producto paramétrico y tienes una fórmula muy poderosa, socialmente muy poderosa, tan

poderosa que por ejemplo, el *crif* con seguro paramétrico fue el primero que llevó dinero a Haití después del terremoto de 2010 y después el huracán Mathew, el primero, antes que la comunidad de donantes, antes que la gente que tenía el dinero en la bolsa listo para donar, el *crif* fue el primero, es una combinación muy poderosa.

Los gobiernos ya lo están viendo y lo están viendo desde un rol de protección social en donde en colaboración con el reaseguro sobre todo, han desarrollado estos productos y están funcionando. Hay productos que funcionan mejores que otros, entonces mejor sea la tecnología, mientras mejores sean los datos, mejor va funcionar el producto.

Los gobiernos tienen la capacidad de traducir esa combinación a pólizas individuales a través de microseguros que combinen las mismas tres cosas y ahí es donde está la gran oportunidad, porque lo que estoy escuchando en el Panel es que ojalá llegemos algún día, en donde no necesitemos al gobierno, que la tecnología esté tan accesible y los datos tan accesibles que la gente independientemente de la condición social o de la actividad económica o de la edad o de todo, puede suscribirse a los productos que necesite y pase lo que vimos en el video, viene un desastre natural y ya en tu celular está la indemnización que necesitas para reconstruir tu casa, para mover a tu familia y todo eso.

En ese sentido, yo creo que la disrupción real es la combinación de las tres cosas, porque el producto también todavía tiene un amplio trecho, sobre todo a nivel individual, el producto necesita como decía Ingrid, regulación, necesita datos, necesita tecnología y creo que todavía no estamos ahí y, sin duda, los gobiernos tienen un papel que jugar.

Pero es muy emocionante lo que está pasando y ha venido gestándose por mucho tiempo, es que hoy es cuando más podemos estar hablando de que esta combinación tiene posibilidades ilimitadas, puedes parametrizar un montón de cosas, puedes llevar el dinero muy rápido por la tecnología y de una forma muy confiable, de tal manera que sí estás indemnizando una pérdida real y eso es lo que te da los datos.

Horst Agata: Una de las cosas que también escuchamos hoy en la mañana, uno de los grandes retos, hablando del gobierno, es la misma regulación, ¿no? ¿Cómo piensas tú, va reaccionar nuestras autoridades, la Comisión Nacional, nos va dar la puerta abierta a estos retos innovadores?

Darío Luna: Yo creo que no debe de perderse el espíritu del gran producto, que es el producto de seguro. En la medida en que se pierda por hacer, por innovar, que sí puede haber una preocupación genuina de

cualquier regulador prudencial interesado en proteger a los asegurados, en último recurso, que estas cosas son realmente indemnizatorias, son realmente lo que los asegurados necesitan.

Pero otra vez, la tendencia es: Mejor tecnología, mejores datos, el producto va ser mucho parecido a un producto de indemnización, pero con unas ventajas que no tiene el otro, entonces en ese sentido debería de haber una zona de confort.

Probablemente la regulación como ha pasado en toda la historia de la humanidad, vaya atrás del desarrollo tecnológico, no podemos esperar otra cosa, realmente esperar que un regulador vaya delante de la curva, creo que es muy complicado, pero lo que sí creo y lo escuchamos en la mañana, parece que cuando menos aquí en México hay buen compromiso por pensar fuera de la caja y apoyar esa innovación cuando llegue.

Horst Agata: Sí, buenas intenciones por todos lados, eso sí es verdad.

Creo que con Ingrid una vez hablé de esto, sobre el tema muy relacionado con esto, es la protección de datos, creo que es una de las grandes preocupaciones también de las autoridades, porque son finalmente protección de datos personales, es un tema muy importante, también para el Gobierno Mexicano.

Ingrid Carlou: Todo mundo ahorita de seguros o de reaseguradoras locales, hay muchos, pero porque tenemos esta misma ley, estamos sufriendo con la Ley de Protección de Datos Personales, entonces las multas llegan.

Eso no tiene nada de coherencia con las zonas... el hecho que vamos asegurarles con su comportamiento a través de algoritmos y todos sus datos, entonces tienen que ser compartidos en algún lado.

Entonces, qué protecciónles vamos a dar realmente y qué tenemos que proteger, porque ya eso significa que no hay más privacidad, hay que ser claro.

Entonces, ahí hay un *gap* que ya tienen que moverse el gobierno de algún lado o del otro, pero ya se tienen que decir, porque no podemos seguir, ser multado y al mismo tiempo promover la tecnología y basar todo sobre el comportamiento y no sobre cambiar el producto. Pero es uno de los retos, hay muchos más.

Horst Agata: Max,

Max Kückemanns: No, es más una pregunta que tengo si me permites, es a Charlotte.

Como tú vienes de la aseguradora o a Paco también, tú estás dedicado 100 por ciento a innovación en AXA, ¿no? ¿Pero cómo hicieron en la aseguradora este cambio de *mainset*, cómo trabajan ese, porque creo que todos escuchamos innovación que tiene que ver con cambio de... con cambio de *mainset*, uno dijo antes, hay que dar más empowerment a la gente? Pero creo que no es eso, ¿qué han vivido ustedes en la aseguradora para que la gente vive innovación, porque un departamento de innovación no significa que somos innovativos?

También si tú quieres participar, exponerme eso con mucho gusto también, porque me imagino es parte de tu liderazgo. Pero esto sería interesante compartir, porque eso también es un reto, que no solamente la parte del producto.

Charlotte Serres: Gracias por la pregunta.

La verdad es que parte de la respuesta está en lo mencionas. Se necesita el *sponcer chip* de las personas que están en el mando de la compañía, tenemos la fortuna de que el mando de la compañía incluso a nivel grupo tenemos a gente visionaria que cree en que el futuro está cambiando y que necesitamos hacer las cosas diferentes y aquí México tanto... como Daniel, han visto esto y han impulsado que estas áreas se creen, hay una área de transformación digital, hay un área de datos, hay innovación específica para autos y daños, hay innovación en salud.

Y la verdad es también encontrar a las personas que tienen ganas de estar trabajando en esto, porque si pones a alguien y en innovación que quiere hacer otra cosa, como en cualquier trabajo lo va hacer de una forma subóptima. Pero si tienen a gente motivada que quiere cambiar el mundo, pues juntos con las fortalezas de las diferentes áreas, porque una vez que tienes una persona que tiene ganas necesita de toda la empresa para moverse en las áreas de jurídico, las áreas de TI y todos somos interdependientes en lograr que las cosas sucedan.

Max Kückemanns: Gracias.

Porque no es solamente el cliente el futuro... somos nosotros cómo transmitimos en management bay en la organización para promover esas ideas.

Francisco Casanueva: Max, me gustaría compartir contigo un poco lo que nosotros hemos aprendido.

Yo pienso que cualquiera después de haber pasado todo el día aquí, estaría dispuesto abrazar la innovación y la disrupción y todo está perfecto, y me parece que estamos en la coyuntura donde el power point y la voluntad aguantan todo, pero ya que llegas a la acción y a la realidad del día a día, es totalmente distinto.

Un poco lo que aprendimos nosotros y es, me parece que es endémico para todas las organización, es que normalmente la organización como tal genera como un sistema de inmunidad ante el cambio del estatus quo.

Entonces, si tú, en mi opinión, si tú metes elemento o el grupo que está más comprometido con la innovación dentro de la organización, el sistema inmunológico de la organización acaba derrotándolo o acaba eliminándolo, porque no le conviene a nadie que forma parte de la organización tradicional, que se rompa este estatus quo y que se innoven las cosas, porque todos tenemos miedo a que nos cuestionen cómo hacemos las cosas aquí y ahora.

Lo que hemos aprendido nosotros es que básicamente y coincido con Charlotte, número 1, es el commitment del liderazgo, que es lo que mete dentro de la cultura de la empresa el elemento innovador.

Número 2, me parece que este grupo comprometido donde la actitud y la voluntad es el activo más importante, diría actitud-voluntad y no tenerle miedo a fracasar, sino a capitalizar del fracaso, yo pienso que lo más inteligente es poner este grupo prácticamente en la frontera de la organización, casi como un núcleo terrorista underground que la organización misma no conoce al 100 por ciento lo que está haciendo y que ahí es donde se lleva gran parte de la innovación hasta las pruebas.

Y ya que las pruebas son satisfactorias o cumplen gran parte de la hipótesis que planteas, es en el momento donde metes la innovación a la organización como tal, para el punto de escalamiento, me parece que esos dos temas son sumamente importantes.

La tercera yo te diría que, yo pienso que es, hay que romper el miedo y hay que cambiar la manera de ver las cosas. La velocidad a la cual va la innovación, te quita mucho campo para pensar y pensar y pensar y disminuir el riesgo de la decisión, lo que necesitas es acción, acción, acción y prueba y prueba y prueba y más que pensar como un fracaso es qué salió bien de la prueba y qué salió mal y volver a tunear la hipótesis y volverla a testar en el mercado y volverla a testar en el mercado, hasta que ese find tune te lleva al punto donde ya puedes escalar el producto o el servicio o el proceso. Yo pensaría que son un poco esas dos cosas.

Charlotte Serres: Y si puedo complementar, creo que se nos olvidó algo muy importante es la colaboración con más afuera de la propia organización, el poder estar expuesto, porque hay muchas cosas que no sabemos hacer, si no nos la presentan Salim y sus compañeros, ni siquiera sabemos que existen ni siquiera sabemos que se puede hacer y hay gente más experta que nosotros que nos puede ayudar hacer las cosas y creo que junto con, tanto los jugadores que siempre han estado, los nuevos jugadores y la gran diversidad que se está generando en el ecosistema mundial se pueden lograr muchas cosas.

Ingrid Carlou: Algo muy sencillo es cambiar un poco la, cuando alguien te propone algo, para ver si, pero, como dicen ahí. Pero nadie dice: Sí, ¿y qué más?

Entonces, solamente si ustedes responden a sí ya se abre un mundo diferente, ¿no?

Darío Luna: Nada más quisiera agregar algo muy rápido.

Todo esto suena muy bien, pero sin capital no funciona, entonces si no hay capital que arriesgue.

Horst Agata: Pero no hay problema con el capital, no te preocupes, está...

Una cosa que creo también es importante, este es un trabajo de todos, es un trabajo de equipo y yo pienso en los próximos años esto va ser un trabajo que nos va ocupar a todos los que estamos aquí, vamos a tener experiencias de éxitos y también de fracasos.

A mí me gustaría darles la oportunidad a ustedes dos, quedan un par de minutos. Si alguien de ustedes quiere hacer una pregunta, bienvenido, nos encantaría, aquí estamos gente que sabe mucho y están encantados en responder a sus inquietudes que han tenido.

Pregunta: En primer lugar muchas gracias a todos, no sé a quién debería dedicar esa pregunta, pero mi pregunta es acerca de la adopción de los nuevos productos innovadores que usan tecnología de por ejemplo, de telematics o de machine learning en general, si realmente se puede hablar de un cliente de futuro único, porque yo me imagino como vimos de que dice... nos presentó su *prouch*, que esos productos están mucho a base de en primer lugar el manejo del celular, de esas tecnologías.

Y en segundo lugar sobre todo la aceptación de compartir esos datos con las aseguradoras, entonces mi pregunta es: No ven que podría abrirse una brecha entre la gente que quiere compartir sus datos, que está dispuesto

de usar esas tecnologías y al otro lado de esa gente que quiere quedarse con lo tradicional tal vez, ¿cómo ven?

Horst Agata: ¿A quién le gusta?

Intervención: Creo que hay los dos, siempre va quedar como un mundo que no quiere cambiar, pero va ser la minoría.

El problema en un momento dado es que si el precio de tú producto de seguro por ejemplo, de gastos médicos o de salud, es tan diferente, porque tú compartes esos datos que la persona que ya tiene 90 años que no compartió nada, que no tiene entonces seguro, te va empujar un poco a su familia a decir: A ver, comparte, porque no queremos pagar por ti. Entonces ahí al final todo el mundo va compartir sus datos yo creo, por la mayoría.

Francisco Casanueva: En mi opinión yo pienso si en verdad supiéramos con 100 por ciento de certeza cuánta información nuestra está en la nube, nos espantaríamos y esa la compartimos sin que nos paguen, sin ningún *traid off* a cambio.

Tú entras ahorita, ¿qué edad tienes?

Intervención: 21.

Francisco Casanueva: Tienes nat chat y tienes Instagram y tienes todo esto, ¿no?

Intervención: No, la verdad no, solo Twitter y Facebook.

Francisco Casanueva: Oye, pero tienes cuenta de Facebook y seguramente WhatsApp y celular inteligente.

Intervención: No, ya con eso tiene un montón de datos.

Francisco Casanueva: Si ahorita ya existen algoritmos que seguramente saben y aunque no te lo hayan propuesta, te pueden proponer un crédito ahorita que es darte dinero, imagínate lo que podemos hacer en seguros y esa misma información es para suscribir un crédito o para suscribir un riesgo o para cualquier otra cosa.

Entonces, yo pienso que hay un *traid off* que en verdad estamos vendiendo mal en seguros, a Facebook, tú tienes Facebook, ¿has leído las políticas de privacidad alguna vez?

Intervención: Lo he pensado, pero ya no.

Francisco Casanueva: Ok, igual que las condiciones generales de cualquier póliza de seguros.

Intervención: Nunca.

Francisco Casanueva: Entonces, fíjate, nunca las has leído y, sin embargo, no hay ningún *trade off* más que la satisfacción de compartir con tus amigos los que vives y lo compartes feliz, es más, lo compartes diario, de repente lo abres en la mañana y lo abres en la noche y lo abres cuando hay tráfico y todo lo que quieras.

Por qué nosotros como industria no hemos sido capaces o de utilizar esa información que ya está compartida o de volver la compartición de información, un evento satisfactorio como Facebook, sin embargo, la información ya está ahí.

Entonces, yo lo que te diría seguramente en el futuro cercano, si no te han propuesto un crédito, te van a proponer un crédito y si no te han propuesto un seguro, te lo van a proponer y si no te lo proponen te lo voy a proponer yo.

Entonces, yo lo que te diría es, yo pienso que tenemos que desmitificar que el compartir la información en seguros es una monserga y el compartirla en una red social es algo increíble, al final es la misma información o información similar, yo pienso que ya con la información que tú has compartido en Facebook, seguramente en un corto tiempo te va llegar una propuesta de seguros o de crédito o de cualquier otra cosa.

Max Kückemanns: Pero tú comprarías tú seguro a través de Facebook.

Intervención: Yo creo que a Facebook tal vez no, pero estoy, yo creo que si yo soy una persona que lo podría hacer en el futuro, pero me refiero. Si ustedes ven que ahí todavía pueden, es decir, para siempre personas que no quieren esto, que quieren exactamente sin compartir ningún dato, si es posible.

Max Kückemanns: Hay que jugar los dos lados. Sí, no, es serio.

Hoy en día también con todo lo que es innovación, 80 por ciento no es un negocio, es tradicional y necesito de costos para resolver eso, lo puedo dedicar toda la empresa a innovación, qué hago con el negocio tradicional que todavía no está pan para comer, también en este tema hay que jugar en dos lados de la cuadratura.

Horst Agata: Nos queda tiempo, un minuto, dos minutos para una pregunta más.

Sí, al fondo.

Elsa, por favor.

Intervención: No me iba ir sin una pregunta, muchas gracias a todos.

La verdad es que cuando yo los oigo y digo: Sí tenemos que atender hacia el cliente del futuro, a mí lo que me preocupa es el fraude del futuro, ¿y por qué? porque por ejemplo, ahorita vimos ese anuncio bien bonito, llegas, le tomas una foto a la casa, se actualiza tu suma asegurada, igual yo en este momento pongo un Picasso en mi casa y me lo robo al rato o el chip que me hace correr con el que me van a dar el descuento de vida se lo doy al perro o a mi hija, se lo pongo a correr y cosas de ese tipo.

Entonces, así como ahorita vimos que tenemos que vender más y buscarlo, me gustaría oír su opinión sobre la vulnerabilidad y más viendo los hackeos que hemos visto la semana pasada, ¿qué piensan de lo que tenemos que cuidar?

Richard Schneider: Yo creo que como industria somos un poquito renuentes a probar y realmente esto va muy en contra de nuestro instinto que tenemos de aseguradores, pero no nos queda de otra que cambiar ese chip y probarle tal vez, vamos a prevenir con algunos de sus experimentos, pero a la larga no hay de otra, hay que entrarle a esto y esto ya es real, no ese seguro que viste en el video, ese es real y no sé si tengan dinero ahora.

Tal vez también con la masa podamos finalmente vivir con menores márgenes y claro habrá fraude, pero yo creo que no queda de otra que probarle.

Ingrid Carlou: Yo diría que antes comprabas un seguro de incendio, ahora vas a comprar un ciber más o menos, es el nuevo.

Entonces el lugar que tiene el lavado de dinero, al momento que todo mundo vamos a usar bitcoin, pues no vamos a tener el problema de lavado de dinero. A cada fraude, a cada innovación hay un fraude, por hay gente muy inteligente y se ganan dinero y fácilmente y a este fraude hay una nueva innovación y así es la vida, avanzamos así, entonces sí vamos a tener fraudes y vamos a tratar de ver y vamos a perder el miedo como seguros y reaseguros aquí para tratar de entender el riesgo. Yo la verdad en ciber todavía no entiendo el alcance, pero es probar.

Darío Luna: Aunque una innovación muy interesante en redes sociales es la presión de la red para los que se portan mal, y eso antes era algo que controlaba el agente o controla el agente, el agente tenía su red social y controlaba a quién le vendía y a quién no, hoy se transparenta eso, y esto

es algo que sí es un poco nuevo y está comprobándose que puede reducir un poco la intención de fraude, cuando los demás lo saben.

Intervención: (Fuera de micrófono).

Francisco Casanueva: Yo nada más te quería comentar.

Yo pienso que independientemente de las nuevas tecnologías o no, siempre, siempre, siempre han estado los malos delante de la curva de innovación y la legislación atrás de la curva de innovación.

Entonces, normalmente el tema de mitigamiento de fraude siempre va rezagado un poco en contra la inventiva de los malos.

Ahora, yo pienso que está el tema del *pieperseh*, yo nada más compararía, no queriendo ser eternamente optimista y que la vida es rosa y todo funciona súper bien, pero tú toma en cuenta los elementos que tenemos ahorita para suscribir, que básicamente lo hacemos manualmente así.

Y si tú de repente pones un poder de una inteligencia artificial a través de algoritmos y a través de, te pongo el ejemplo, perdón que me vaya al ejemplo de mis chavos, pero te pongo el ejemplo de mi tarea. Seguramente tú jamás copiaste una tarea en tu vida, pero si alguna vez lo hubieras hecho, tú maestro no tenía posibilidad de darse cuenta que lo hubieras copiado a menos que se la hubieras copiado al de lado y las dos tareas estuvieran juntas y se hubiera dado cuenta que están iguales.

Sin embargo, ahorita vas a la escuela y el maestro digitaliza, no la lee, digitaliza la tarea y la corre en un programa y de repente le dice: Oye, 25 por ciento de plagio.

Entonces, yo pienso que se rompe el arte y lo sublime de antes que era el nervio de que si te cachaban copiando o no, pero ahorita eso ya no existe. Perdón otra vez por ser burdo, pero si algún día sacaste un tres y la hiciste con lápiz así y era un ocho, le pusiste una firma y a tus papás les dijiste: Oye, el profesor se equivocó y esto es ocho y ahí pasó el mal momento, ahorita las calificaciones llegan por internet, el chavo ya no tiene oportunidad de hacer estas cosas. Yo pienso que esa curva se refleja un poco también en seguros.

Mientras más data, mientras más artificial inteligents, mientras más poder tengas, es más, con gusto te comparto, pero leí un artículo que, es más Salim fue el que me lo recomendó, que dice que gracias a la tecnología en 10 años va ser literalmente imposible mentir, porque va a haber tanta data y tanto poder que eso, vamos a estar evidentemente abiertos.

Ahora, esto suena padrísimo, va ser imposible mentir, quien de repente no se echa una mentirita piadosa.

Ahora, qué implicaciones tiene el no poder mentir con el manejo de los datos que estamos exponiendo en Facebook con alguna otra cosa. Ahora, siempre va haber espacio para el fraude, yo pienso que sí.

Horst Agata: Muy bien.

Tenemos muy poco tiempo, ya pasamos de tiempo de hecho, me permiten una pregunta más.

Sí, perfecto.

A ver a quién le damos, disculpen, porque Berna estaba antes, discúlpame, ¿no hay problema?

Pregunta: Yo tengo la siguiente pregunta.

Hemos hablado ahora mucho si entiendo bien del seguro de masa, del seguro de los particulares, eventualmente esto también puede, esta digitalización puede también eventualmente aliviar más la contabilidad de los aseguradores, pero mi pregunta es: ¿En cuánto piensan ustedes puede afectar la digitalización la suscripción de riesgos complejos, industriales?

Max Kückemanns: Puedo empezar a responder.

Ya está, data analytics, internet of things ya es para... mitigación, etcétera. Yo creo que ya lo usan para estos, sobre todo para los riesgos industriales, ahí empezó un poco.

También data analytics empezó de analizar portafolios, comportamiento de portafolios, comportamiento de riesgos, la pregunta tuya yo diría, ya es, ya es, precisamente ya está en vigor.

Charlotte Serres: Sí, confirmo.

Finalmente todo es data y conforme se va avanzando se va mejorando lo que llaman smartdata, ya contamos con todos estos datos entre los experimentos que hemos tenido en AXA también lo hemos hecho, cómo tomamos estos datos y generamos información más inteligente para ser mejores en la salud de nuestra cartera, con las leyes de solvencia, viene más presión, para que seamos más precisos con nuestros datos.

Entonces, más importante aún con estos grandes portafolios de ser más precisos en los datos.

Intervención: Pero finalmente sí se necesitan los suscriptores todavía.

Charlotte Serres: Sí, claro.

Horst Agata: Realmente está preocupado como yo al principio.

Muy buena, estabas como yo Berna, al principio.

No sé, pero ustedes como yo después de haber escuchado este Panel se dieron cuenta que definitivamente la innovación es crucial y ahí Blas quiere todavía dar un comentario, otro suscriptor de BMS responsabilidad civil y Blas de daños de property, a ver Blas, cuál es tú preocupación como suscriptor.

Intervención: No, simplemente decir que todo lo han dicho es totalmente cierto y que debemos trabajar en conjunto. Y que AMIS debe llevar esto ante las autoridades para hacer cabildeo y hacer esto fácil y sencillo, porque las regulaciones ahora nos aniquilan administrativamente, hay mucho trabajo, muchos reportes y entonces todo lo que estamos soñando aquí no sé a dónde quede.

Horst Agata: Están de acuerdo que es una bonito, un comentario para terminar.

Como dijo Ash, hoy en la primera plática que una palabra que yo aprendí de él que es la palabra KISS, Keep It Simple, Stupid.

Pues muchísimas gracias.

Gracias al Panel, muchas gracias.

Moderador: Gracias a todos por su participación y le voy a pedir a varias de las personas que trabajan en nuestros comités y en especial a Nacho López Merlo, que trabajó por el sector mucho tiempo, que nos apoyó toda la vida estando ahí desde la Subsecretaría de Hacienda, la Comisión y a nuestros miembros del Comité de Daños y de otros grupos de trabajo que nos ayuden hacer la entrega de los reconocimiento por su brillante participación, Darío Luna, iba decir en orden, primero las damas, pero Gerardo ya se nos anticipó.

Ingrid Carlou, muchas gracias por todo tu apoyo. Charlotte Serres, Paqui, Max Kückemanns, Richard Schneider.

Pues muy interesante Panel, muy buena discusión y de verdad muchas gracias a todos.

Con esto finalizamos las sesiones.

Una fotografía de los panelistas si me permiten.

--- o0o ---

