

Deloitte.

La tecnología
como habilitador
estratégico
Seguros con
Beneficios
Fiscales

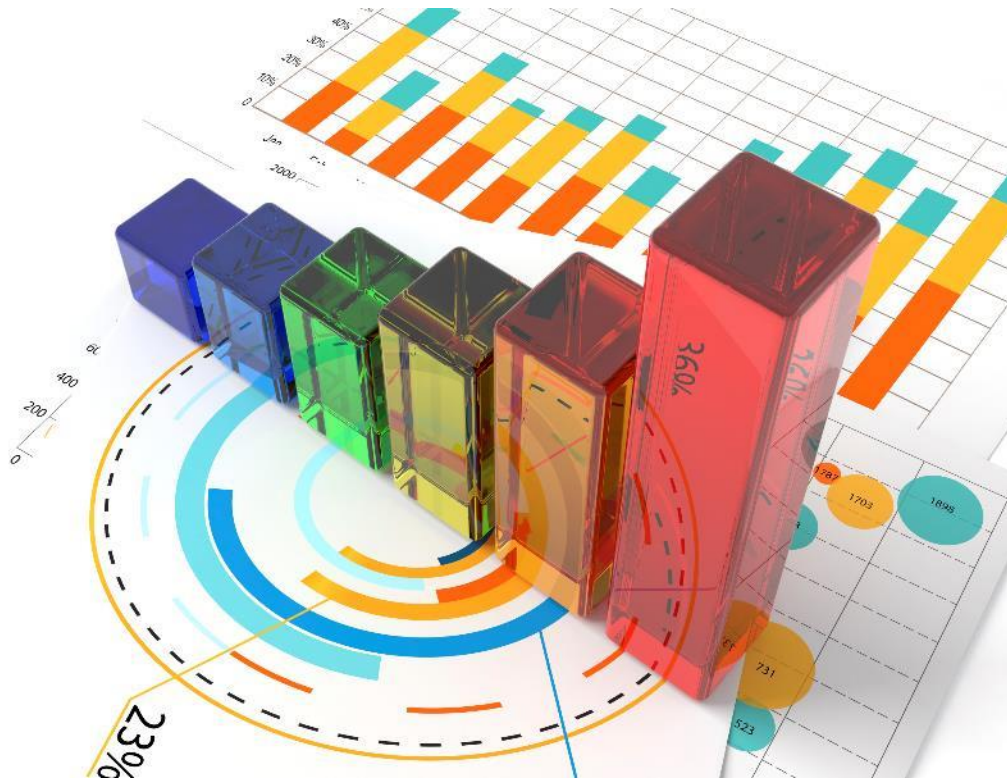
Abril, 2016



I. Beneficios fiscales

La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales



En los últimos años el componente fiscal de los productos de seguros se ha convertido en un tema esencial en el desarrollo de los productos.

La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (2)



Este componente fiscal puede estar asociado a la deducción que realicen las empresas de las primas que paguen o bien, a la exención por pagos que lleven a cabo las compañías de seguros a personas físicas en el ramo de vida.

La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (3)



En cuanto a la deducción para las empresas sobresale en cuanto a los temas de previsión social, la no aplicación de las limitantes en deducciones a las primas de seguros.



La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (4)



Esto conlleva al desarrollo de productos asociados a previsión social por beneficios presentes o futuros, deducibles para las empresas y en los cuales se puede inclusive anticipar la deducción de prestaciones futuras.

La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (5)



Sobresalen como novedades, en el caso de productos asociados a planes de previsión social, los siguientes:



- Seguros de pensiones
- Prestaciones médicas al retiro

La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (6)

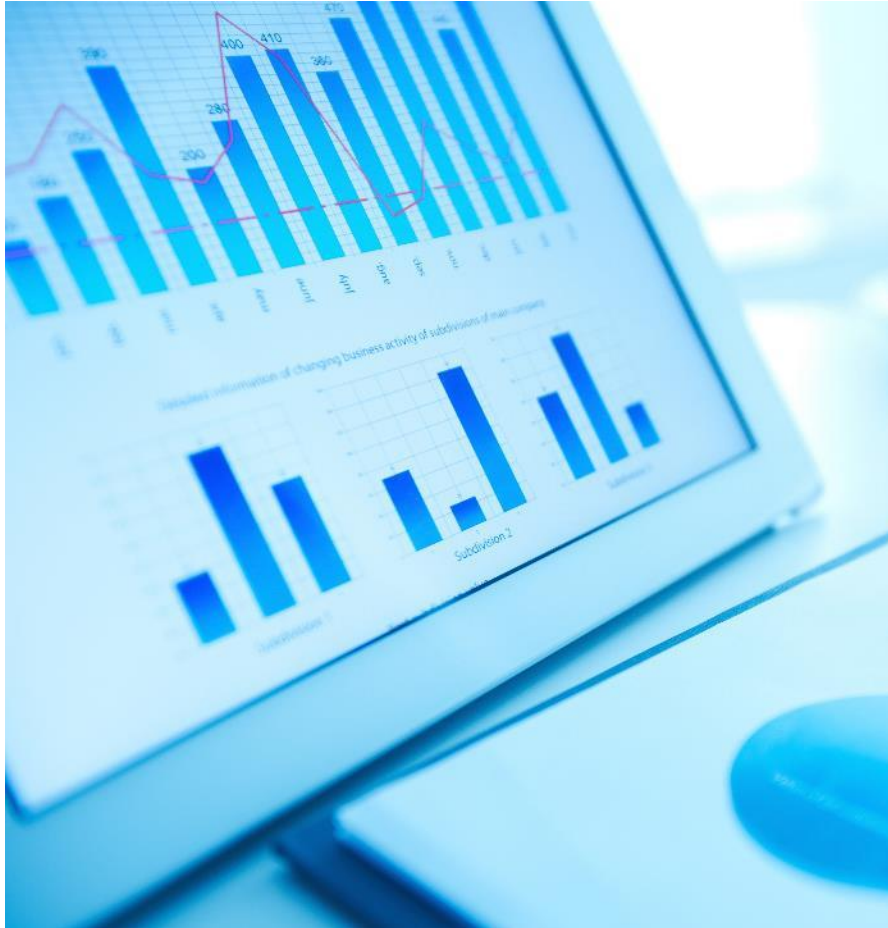


Por cuanto al ramo de vida, el desarrollo de productos con componente fiscal es la base para la implementación de los llamados Unit Link, asociado a la posibilidad de deducir pagos a la aseguradora y sobretodo exentar beneficios a la sobrevivencia recibidos de ésta.



La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (7)



En los referidos planes en donde el manejo y la individualización de las inversiones de los clientes realizados a través de las reservas de las compañías de seguros, la utilización de las herramientas tecnológicas es vital para el desarrollo y buen manejo de los productos.

La tecnología como habilitador estratégico

Beneficios fiscales (8)

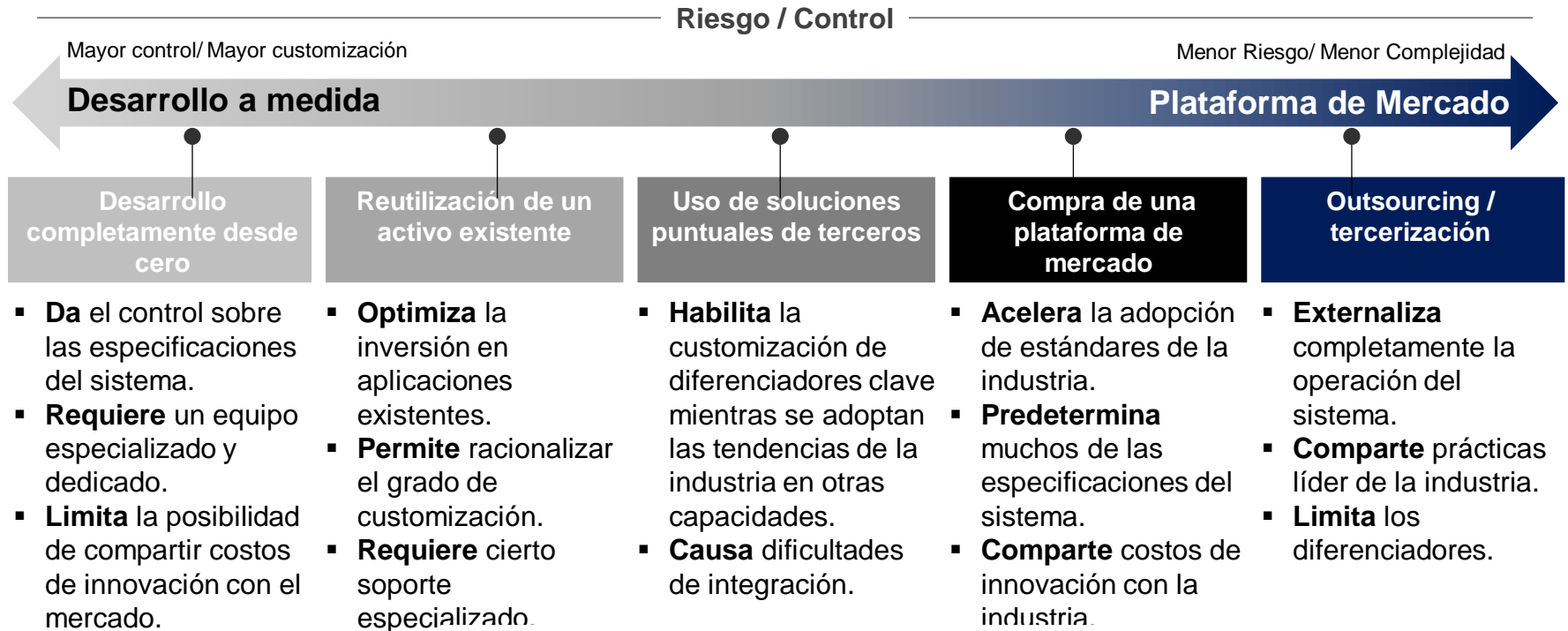


No se podría entender un seguro de inversión con beneficios fiscales, sin la existencia de una herramienta tecnológica adecuada para ello.

II. Disruptores

Factores que promueven o inhiben la implementación de estrategias de innovación

Al hablar de tecnología como habilitador estratégico, la primera decisión es desarrollar vs. comprar.



Determinando la estrategia de la plataforma core



















Desarrolle la estrategia de negocio e identifique las capacidades diferenciales

Comprometa los principios y lineamientos de tecnología

Priorice los diferenciadores estratégicos

La estrategia de la plataforma debe optimizar la tecnología para facilitar el negocio minimizando costos y riesgos mientras se habilitan los diferenciadores estratégicos.

Las oferta de plataformas ha madurado significativamente en los últimos años. Sin embargo, se han especializado en determinadas líneas de negocio o funciones específicas.

Plataforma/ proveedor	Vida	Annuity	Autos y Daños	Salud	Administración de pólizas	Siniestros	Cobranza
 Guidewire			✓		✓	✓	✓
 Duck Creek			✓		✓		✓
 Pega	✓		✓		✓	✓	
 EXIGEN insurance solutions			✓			✓	✓
 codeobjects Policy • Billing • Claims			✓		✓	✓	✓
 MajescoMastek	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 ORACLE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 hp	✓	✓			✓		
 ADMINGRATA	✓	✓		✓	✓	✓	✓
 FAST	✓	✓			✓	✓	
 InsPro	✓	✓		✓	✓	✓	
 M PHASIS an EDR company	✓	✓		✓	✓	✓	✓
 SAPIENS	✓	✓	✓		✓	✓	✓
 CSC	✓	✓	✓		✓	✓	✓
 ClaimVantage	✓	✓		✓		✓	
 FINEOS	✓			✓	✓	✓	✓
 Ability Resources	✓	✓				✓	
 eBaoTech	✓		✓		✓	✓	

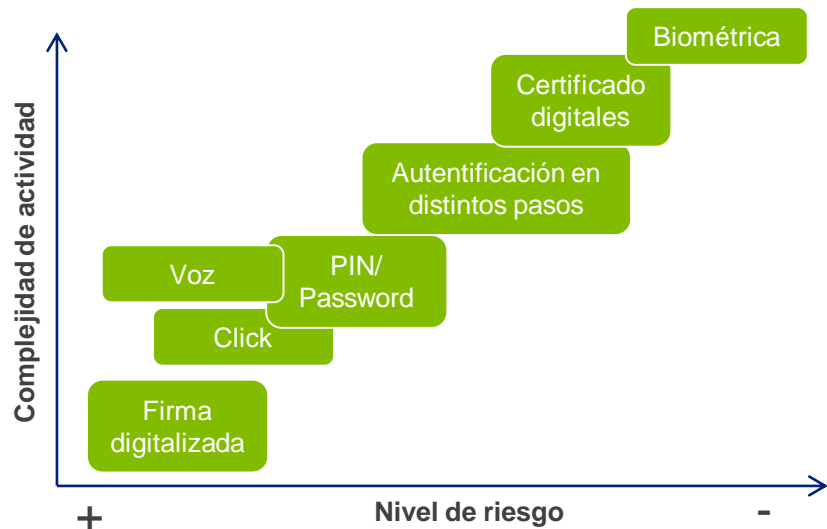
■ Línea de Negocio ■ Función de Negocio

III. Aceleradores

Herramientas para agilizar el proceso de suscripción

A pesar de que en México existen aún algunas barreras legales para la adopción de **firmas digitales**, ya existen hoy en día distintas soluciones.

El concepto



Factores críticos de éxito en otros mercados

- Involucramiento de todas las áreas pertinentes.
- Definición de proceso:
 - Asegurar ciertos elementos clave del proceso:
 - Autenticación de cliente.
 - Seguridad y privacidad de información.
 - Asegurar consentimiento de términos y condiciones
 - Evidencia y admisibilidad.
 - Registrar la intención del cliente.
- Selección de solución y proveedor(es).

Los beneficios

- **Proceso verde:** una mayor atención de los clientes en este tema ha incrementado el interés de las compañías por invertir en este tipo de diferenciadores.
- **Prevención de fraudes:** en la actualidad la sustitución de la firma autógrafa por algunos de los tipos de firmas digitales más avanzados ayudan a prevenir fraudes.
- **Reducción de costos transaccionales:** en Estados Unidos, la autorización de la firma digital redujo en aprox. un 75% los costos transaccionales.
- **Reducción de los tiempos de respuesta:** asimismo redujo en aprox. un 50% los tiempos de respuesta en el mercado en general.

En la actualidad la firma electrónica es aceptada en **27 países**. En varios países tiene la misma validez legal que la firma autógrafa.



Otro elemento clave son las estrategias multicanal permiten a los clientes interactuar con las compañías aseguradoras en cualquier lugar, en cualquier momento

El concepto



Disponibilidad: Habilitar a los clientes para que puedan interactuar con la aseguradora a cualquier hora del día, dónde sea.



Autoservicio: Interactuar activamente con la aseguradora a través de aplicaciones que sean fáciles de usar de manera intuitiva.



Involucramiento del cliente a través del mundo digital: Con la opción de múltiples canales para interactuar de manera eficiente, específica y coordinada.



Reingeniería en redes sociales con base en la estrategia: No basta con estar presente en redes sociales, hace falta tener una estrategia que soporte lo que van a hacer las redes sociales. Las redes son herramientas para alcanzar objetivos, no fines en sí mismos.

Los beneficios

Un enfoque multicanal permite a las compañías mejorar la experiencia del cliente, así como obtener beneficios adicionales en términos de costos de atención y cobertura:



Costos operativos	Cobertura de servicios	Experiencia del cliente
<ul style="list-style-type: none">Reducción de costos a través de la migración de clientes a canales remotos, digitales, reduciendo el volumen de transacciones en papel, así como el de centros de atención telefónica.	<ul style="list-style-type: none">Extender la cobertura de los servicios a través de canales de bajo costo para incrementar la penetración de los seguros en segmentos no atendidos.	<ul style="list-style-type: none">Incrementar los puntos de contacto e interacciones con los clientes.Reducción de errores.Reducción de los tiempos de respuesta.

Un diseño de la página *responsive* asegura la misma experiencia de servicio para los clientes sin importar el canal y reduce los costos de mantenimiento de los canales digitales.



El concepto

Responsive Web Design (RWD) se refiere a la adaptabilidad de una página web a cualquier tamaño de pantalla y tipo de plataforma sin perder ningún atributo, funcionalidad ni consistencia visual.

La página web es “inteligente”, muestra y procesa las características aplicables a cada plataforma y aparato utilizado para ver la página, ya sea una pantalla grande, laptop o un móvil.

Los beneficios



Servicio al cliente: RWD presenta una experiencia consistente y de fácil navegación a través de todas las plataformas y aparatos.



Mercadotecnia a la medida– Se pueden desplegar diferentes técnicas de mercadotecnia enfocadas a la locación del aparato en uso.



Costo – RWD reduce el costo de mantenimiento del contenido digital ya que el canal para actualizar la página está consolidado en un solo diseño con capacidad adaptable.

Asimismo, el uso de **aplicaciones interactivas** aseguran una respuesta rápida y directa a las necesidades específicas de los clientes.



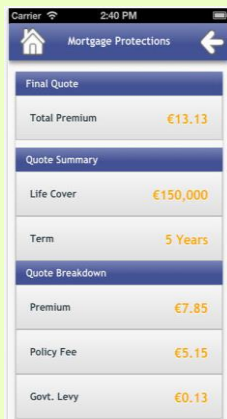
Enfoque en el cliente

- **Cambio de enfoque de producto a cliente:** Resolver la necesidad del cliente como función primordial.



Navegación fácil

- **Navegación fácil** a través de la calculadora con resultados enfocados a las necesidades de los clientes.



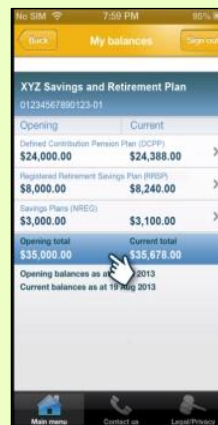
Autoservicio

- **Autoservicio:** Maximizar la información orientada al cliente sin necesidad de un agente.



Comparación

- **Comparación de distintas opciones** que cumplan con la necesidad inicial del cliente



Proyecciones

- **Proyecciones** de distintos escenarios



Venta cruzada

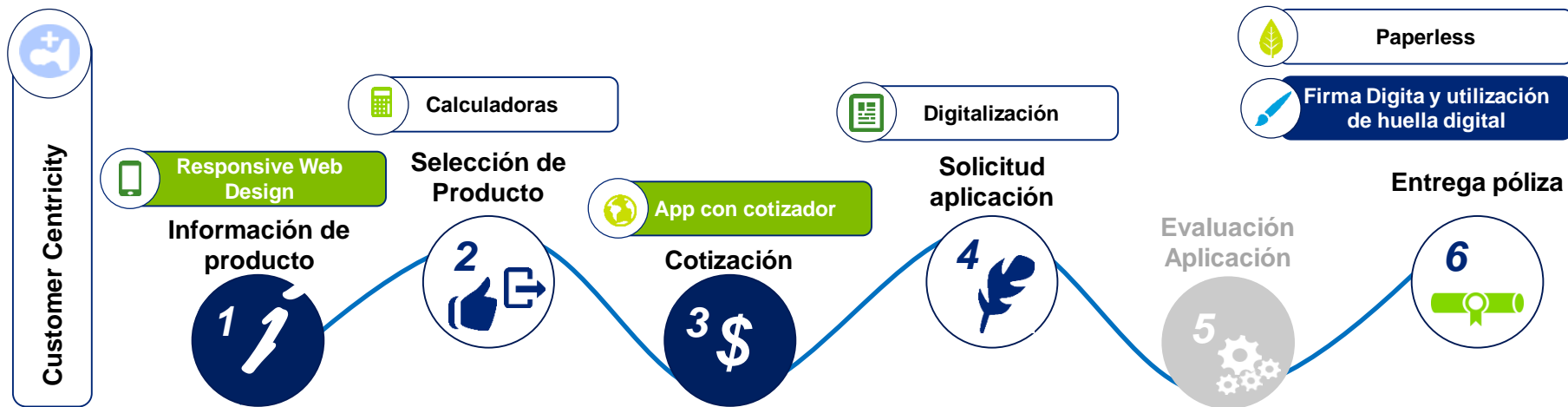
- **Venta cruzada a la medida para clientes existentes:** con base en la misma filosofía de Customer Centricity, por medio de la información disponible de los clientes existentes se pueden ofrecer distintos productos que satisfagan sus necesidades.

IV. Habilitadores

Nuevas tecnologías y canales

App móvil a lo largo de la cadena de valor de Seguros

Mediante una App la relación con el cliente es personal y enriquecedora, lo que se traduce en altos grados de satisfacción para el cliente y nuevas fuentes de venta.

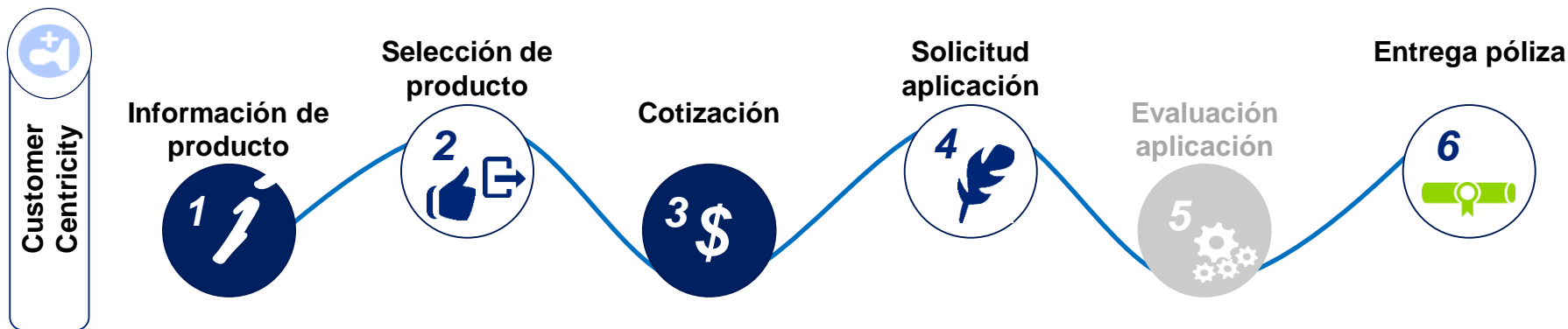


Beneficios

- Mayor involucramiento del asegurado mediante el uso estratégico de otras tecnologías compatibles con el móvil como Facebook, Twitter, Apple Health, GPS entre otras (sólo si el usuario lo permite).
- Comunicación con la aseguradora eficiente y de fácil acceso.
- Información personal de los productos del asegurado en todo momento.
- Información relevante en el momento necesario.
- Oferta de productos enfocados en el cliente.
- Autoservicio mediante un canal atractivo y de fácil acceso para el asegurado.
- Reducción de costos de operación y canales de servicio.
- Facilidad para solicitar requerimientos de información y documentación digitalizada.



Aplicación de Data Analytics en la App de un móvil



Data Analytics: Con base en datos históricos, se identifican patrones y se utilizan herramientas de modelos predictivos que mediante algoritmos y análisis ayudan a tomar mejores decisiones de negocio.
De esta forma se toman decisiones con base en evidencia de datos.

Uso de Data Analytics en el móvil



Por medio la información que existe en las otras Apps del móvil se puede obtener información inicial del cliente y ofrecer productos dirigidos a sus necesidades específicas.



Mediante la utilización de modelos predictivos y con base en información del cliente, se puede determinar la probabilidad de siniestro.



Con el uso de Data Analytics las empresas pueden reducir sus gastos en exámenes médicos y acelerar el proceso de suscripción y emisión de pólizas.

GPS

Dependiendo de la locación de cada individuo sus necesidades pueden ser distintas a través de la línea de productos que ofrece cada aseguradora.



Para clientes existentes se puede determinar que tan probable es que el asegurado acepte distintos seguros aparte de los que ya tiene.



Nuevas Apps como Apple Health registran información médica y hábitos de la vida diaria, que se puede utilizar como información adicional del asegurado.

Sistema Autoservicio para seguros de grupo

Por medio de un portal Autoservicio la aseguradora puede fácilmente dar de alta y baja empleados del grupo. Por otro lado, también es posible hacer variaciones al tipo de seguro de cada empleado cuando la aseguradora así lo haya establecido con la empresa

Sistema integral Autoservicio para grupo



- **Portal Autoservicio:** Proveer a las empresas un sistema integrado a la aseguradora que facilite el alta y baja de empleados en tiempo real.



- Ofrecer distintas opciones de seguros y posibilidades de incrementar sumas aseguradas mediante un proceso fácil en el sistema Autoservicio.



- Incremento en el ingreso para la aseguradora, ya que comienza a asegurar a un empleado nuevo y a cobrar en menor tiempo.





Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos y servicios legales, consultoría y asesoría, a clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de negocios. Los más de 225,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte" significa Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría y otros servicios profesionales en México, bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de pérdidas que pudiera sufrir cualquier persona o entidad que consulte esta publicación.