

The logo for Charles Taylor, featuring a stylized orange square icon to the left of the text "Charles Taylor" in white. The background of the entire page is a low-angle photograph of modern glass skyscrapers against a clear sky, with a dark purple gradient at the top.

Charles
Taylor

A large, solid orange L-shaped graphic element located in the upper right quadrant of the page.

Newsletter
JULIO





Charles Taylor afianza el vínculo con sus clientes

En el mes de junio, ejecutivos de DELA, compañía de seguros de los Países Bajos, visitaron nuestras oficinas en la Ciudad de México. Fueron recibidos por Jaime López, Chief Delivery Officer de Charles Taylor, y su equipo, como parte de la política de cercanía que la empresa mantiene con sus clientes a nivel mundial.

Este encuentro brindó una valiosa oportunidad para discutir directamente las necesidades del sector asegurador en el contexto de su proceso de transformación y modernización. Se abordaron los desafíos asociados con la transición desde sistemas legados, así como las enormes oportunidades que se están presentando.

En este marco, Ron van Eijk, gerente de programas de DELA, compartió una serie de reflexiones que invitamos a conocer en el siguiente resumen: [ver video](#)



El cambio climático desafía al sector asegurador latinoamericano

El sector asegurador en Latinoamérica enfrenta retos sin precedentes debido al cambio climático, que ha elevado la frecuencia de eventos meteorológicos extremos como sequías, huracanes, tormentas e inundaciones. Según el informe “Estado del clima en América Latina y el Caribe 2022” realizado por la Organización Meteorológica Mundial, entre 1991 y 2022 las temperaturas han aumentado un promedio de 0.2° Celsius por década, causando todo tipo de estragos, que van desde el derretimiento de glaciares andinos hasta severos deslizamientos de tierra.

Esta situación puede incrementar la siniestralidad y pone en riesgo la viabilidad del modelo tradicional de seguros, exigiendo a las aseguradoras no solo anticipar futuros impactos, sino también fortalecer la prevención y concientización entre los asegurados.

En respuesta a esta realidad, la unidad tecnológica de Charles Taylor enfatiza la urgencia de modernizar el sector asegurador para adaptarse a las nuevas condiciones climáticas, especialmente en América Latina, donde estos fenómenos meteorológicos extremos están batiendo récords. La tecnología juega un papel crucial al permitir la detección temprana y la gestión eficaz de situaciones críticas como la llegada de huracanes, tifones, tormentas eléctricas, entre otros.

En efecto, el sector asegurador latinoamericano se encuentra en una etapa en la que la adopción de soluciones tecnológicas innovadoras se vuelve imperativa para:

1. **Desarrollar productos de seguros personalizados:** utilizando tecnología avanzada, se pueden adaptar los seguros a las necesidades específicas de cada región, sector y usuario, teniendo en cuenta los riesgos climáticos particulares.
2. **Optimizar la gestión de siniestros:** las herramientas digitales permiten agilizar los procesos relacionados con eventos climáticos extremos, mejorando la notificación, evaluación y compensación a los asegurados.
3. **Evaluar riesgos con precisión:** mediante el uso de Inteligencia Artificial y Big Data, las aseguradoras pueden comprender mejor los patrones climáticos y su impacto regional, mejorando la evaluación de riesgos y la toma de decisiones en la suscripción de pólizas.

Finalmente, la colaboración con entidades regulatorias y científicas es esencial para fundamentar estas decisiones, mejorando los sistemas de alerta temprana y la gestión de emergencias, particularmente en Latinoamérica, donde estos mecanismos presentan un desarrollo limitado. Además, la sensibilización y la autoprotección entre los asegurados son también pilares clave para mitigar la vulnerabilidad y reducir la exposición al riesgo.



La Inteligencia Artificial y sus desafíos éticos

La Inteligencia Artificial (IA) ha evolucionado de formas impresionantes, pasando de una IA tradicional a la emergente IA generativa, capaz de crear contenido original. Recientemente, Bill Gates destacó un nuevo avance denominado metacognición, donde los sistemas serían conscientes de su propio proceso generativo, sugiriendo que la IA se aproxima cada vez más al 'razonamiento' humano.

Sin embargo, la implementación de la IA enfrenta serios desafíos éticos y morales, lo que ha llevado a algunos gobiernos, como el de Europa, a regular su uso. En marzo de este año, Europa aprobó la Ley de Inteligencia Artificial, que establece obligaciones para proteger los derechos fundamentales en la aplicación de esta tecnología. Estas regulaciones buscan mitigar los riesgos asociados con el uso indebido de la IA.

Entre los desafíos éticos más destacados se encuentran la privacidad y seguridad de los datos, así como la no discriminación y equidad. La recopilación y uso de datos deben ser transparentes y seguros, protegiendo la información personal contra accesos no autorizados. Además, es crucial que los procesos de automatización y creación de algoritmos no perpetúen sesgos que puedan amplificar desigualdades y discriminación.

Un ejemplo práctico de estos desafíos se observa en el sector asegurador. La IA podría mejorar significativamente el proceso de suscripción de seguros, permitiendo una evaluación rápida y precisa del riesgo. Sin embargo, los modelos de IA entrenados podrían contener sesgos relacionados con género, raza o edad, lo que llevaría a la discriminación de ciertos grupos de personas con primas más altas o rechazos injustos de solicitudes de seguros. Adicionalmente, la IA podría tener acceso a datos sensibles como historial clínico, hábitos de vida o historial crediticio sin el debido consentimiento, planteando serias preocupaciones sobre la privacidad de los datos.

En síntesis, la Inteligencia Artificial abre un auspicioso camino hacia el desarrollo de todos los sectores, incluyendo el asegurador, ofreciendo numerosas ventajas. No obstante, en este camino, es crucial usar la tecnología de manera responsable, con transparencia y control, enfocándose en proteger los derechos y el bienestar del cliente para mitigar los riesgos éticos y morales que puedan surgir.

