

Inteligencia artificial en el seguro del automóvil

La inteligencia artificial consiste en la generación de sistemas que siguen los procesos de la inteligencia humana para alcanzar una serie de conclusiones. Con una diferencia: digieren y analizan grandes cantidades de datos a una velocidad y con una precisión sin precedentes. Para ello, estos sistemas aprenden, razonan y mejoran de forma continua a través de autocorrecciones. En la industria del seguro del automóvil están muy presentes y en este artículo mostramos algunas de sus aplicaciones.

Daniel Espinosa

Contacto con la aseguradora

Existen diferentes productos relacionados con la inteligencia artificial que pueden hacer más eficiente el contacto entre asegurado y aseguradora.

La posibilidad de contratar un seguro con solamente unos pocos clics tiene un atractivo innegable. La inteligencia artificial puede contribuir a la generación de plataformas que permitan agilizar la contratación de un seguro personalizándolo al máximo, o que permitan llegar a los clientes potenciales a través de redes sociales, por ejemplo, sustituyendo, o más bien complementando, a las técnicas tradicionales de marketing.

La inteligencia artificial puede contribuir a la generación de plataformas que permitan agilizar la contratación de un seguro personalizándolo al máximo.

Los chatbots son otro ejemplo de inteligencia artificial que permite mejorar la experiencia del cliente en la comunicación con la aseguradora. Se trata de programas capaces de mantener una conversación con el cliente o potencial cliente con un lenguaje natural, ofreciendo una serie de respuestas que han sido previamente definidas. Las ventajas de los chatbots son

múltiples, desde la posibilidad de automatizar respuestas a preguntas que se repiten entre los usuarios hasta evitar esperas por parte de los clientes porque “en la actualidad todos nuestros operadores están ocupados, manténgase a la espera o inténtelo más tarde”. Para conseguir que la máquina aprenda, es necesario entrenar al algoritmo a discernir qué es lo que cada cliente quiere saber y a buscar la respuesta más adecuada en cada caso.



La inteligencia artificial permite dirigir de forma personalizada campañas de marketing a través de redes sociales.



La mejora en la comunicación con la aseguradora a través de la inteligencia artificial no solamente permitirá agilizar la contratación de pólizas, sino también, entre otras utilidades, interactuar durante la gestión de una reclamación o responder a preguntas relativas a recibos.

Personalización de pólizas

La inteligencia artificial analiza y aprende de conjuntos masivos de información digital extraídos de fuentes públicas y privadas, lo cual permite a las aseguradoras elaborar contratos de seguro personalizados para sus clientes. El acceso a un volumen cada vez mayor de datos y su adecuado tratamiento permite una mejor estimación del riesgo, atendiendo al comportamiento de los conductores y el análisis de riesgo. Todos los datos que se recogen pueden ser procesados y las compañías aseguradoras pueden predecir mejor el riesgo de sus clientes y ofrecer precios adaptados para ellos.

Asimismo, la inteligencia artificial contribuye a establecer normas internas de funcionamiento dentro de las entidades aseguradoras, permitiendo a los agentes tomar decisiones correctas de forma simplificada, lo cual enriquecerá el servicio prestado por la aseguradora.

Por otra parte, internet de las cosas (IoT) permite que los vehículos generen y envíen datos en tiempo real acerca de cuál es nuestro estilo de conducción.

La inteligencia artificial contribuye a establecer normas internas de funcionamiento dentro de las entidades aseguradoras.



El análisis del estilo de conducción permite una mayor personalización de las pólizas.

Innovación y tecnología Inteligencia artificial en el seguro del automóvil

Estos datos son procesados por plataformas específicas que permiten establecer precios más ajustados en función del nivel de riesgo de cada asegurado y de los parámetros que cada entidad aseguradora considere oportunos. Para que pueda ser aplicada esta personalización, el cliente tendrá que permitir a la entidad aseguradora acceder a sus datos de conducción e incluso montar algún tipo de dispositivo en su vehículo. En principio, cabe pensar que, si existe una recompensa por el hecho de llevar una conducción más sosegada, la simple colocación de los dispositivos puede contribuir a que el usuario lleve una conducción más responsable.

Reclamaciones

Tras la producción de un accidente, la inteligencia artificial permite agilizar la liquidación de las reclamaciones. Nuevamente los chatbots permiten que el cliente no espere, sino que desde el primer momento que lo solicita reciba una atención por parte de la aseguradora.

A diferencia de otros productos o servicios, los clientes de las entidades aseguradoras no tienen una sensación de que su compañía sea mejor o peor en el momento de la adquisición de la póliza, sino que evalúan el rendimiento de los productos del seguro en el momento en el que se produce una reclamación.



La experiencia del cliente puede ser mejorada a través de la inteligencia artificial.

Las métricas más importantes en cuanto a satisfacción del cliente y, por lo tanto, en cuanto a retención de dicho cliente en la compañía, son las medidas tras la producción de una reclamación.

La velocidad en la gestión de las reclamaciones es un factor crítico, tanto para mejorar la eficiencia en el funcionamiento de la entidad aseguradora como para mejorar la experiencia del cliente. La inteligencia artificial puede jugar un papel importante en la simplificación de procesos, lo cual redundaría en una mayor satisfacción del cliente.

Las métricas más importantes en cuanto a satisfacción del cliente son las medidas tras la producción de una reclamación.

Nuevamente, la compañía puede establecer reglas que faciliten la tarea de los gestores al enfrentarse a cada situación, estandarizando la respuesta de la compañía ante los eventos que puedan darse.

Análisis de daños

Cuando un cliente sufre daños en un accidente, el servicio técnico de reparación evalúa los daños y proporciona una estimación del coste. Cuando se trata de daños externos del vehículo, la inteligencia artificial va a permitir cruzar esa primera estimación del coste y aprobar de forma automática la realización de una reparación.



Las fotografías de los daños de un vehículo pueden ser suficientes para establecer una primera aproximación del coste de la reparación.



Para ello, las fotografías hechas con un teléfono móvil, incluso las realizadas por el propio usuario, pueden ser el punto de partida para conocer cuál es el coste de una reparación tras la producción de un accidente. Así, se están desarrollando programas capaces de comparar las imágenes con bases de datos de imágenes etiquetadas con diversos niveles de gravedad de daños. Al unir esos daños con programas que miden el coste de la reparación es posible generar un informe en el que se recogen las partes dañadas, el plan de reparación o el coste asociado.

Las ventajas para el cliente son evidentes, puesto que puede presentar la reclamación de forma más ágil y la respuesta por parte de la compañía también se puede recibir de forma mucho más rápida.

Detección del fraude

La inteligencia artificial permite la verificación instantánea de los datos aportados por el cliente, evitando de este modo que se produzcan errores en la comercialización de un seguro. Una vez revisados los detalles a través de un algoritmo, será posible comercializar la póliza.

Además, la inteligencia artificial puede servir para disminuir el número de fraudes o, al menos, para detectar indicios que deban ser posteriormente analizados por un gestor dentro de la compañía. No solamente se tratará de atajar potenciales fraudes, sino que reducirá la posibilidad de evaluaciones imprecisas debidas al error humano, mejorando la eficiencia y la productividad durante los diferentes procesos.

En base al análisis de sus asegurados, las compañías también podrán generar perfiles de riesgo más precisos de acuerdo a indicadores que puedan alertar de potenciales comportamientos asociados a un mayor riesgo de fraude.



La inteligencia artificial también permitirá luchar contra el fraude.

Conclusión

Los rápidos avances tecnológicos conllevarán importantes cambios en la industria del seguro. Las empresas capaces de adoptar la inteligencia artificial para el desarrollo de productos innovadores que simplifican los procesos y mejoran la experiencia del cliente serán quienes sobrevivan en el mundo del seguro. ©