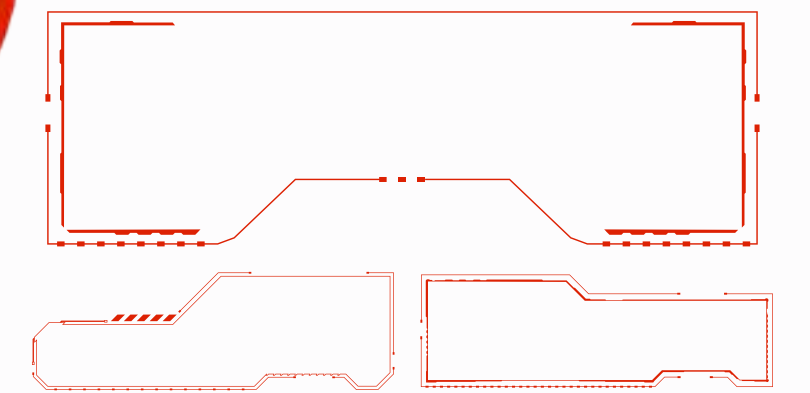


EL FUTURO DE LA INTERACCIÓN

EL FUTURO DE LA INTERACCIÓN
EL FUTURO DE LA INTERACCIÓN
EL FUTURO DE LA INTERACCIÓN

El papel de la interacción en un mundo configurado por asistentes inteligentes



CONTEXTO

En este documento se analizan distintos escenarios que exploran **cómo podría evolucionar la interacción en los próximos años**. Desde un mundo donde la IA no logra cumplir sus promesas hasta una sociedad donde los asistentes digitales se convierten en protagonistas de la vida cotidiana, cada escenario ofrece una visión de los posibles futuros.

El documento también examina las **implicaciones de estos cambios en sectores clave como el asegurador, que se enfrenta a una transformación radical impulsada por la digitalización**. En cada escenario, se detallan los desafíos y oportunidades que las aseguradoras deberán enfrentar en función del grado de automatización, personalización de los servicios y disponibilidad de datos en tiempo real.

En última instancia, este documento busca proporcionar una **visión estructurada y fundamentada** sobre los futuros posibles de la interacción y su impacto en la vida cotidiana, las empresas y la economía. Entender estas posibilidades permitirá anticiparse a los cambios y preparar estrategias que garanticen una integración tecnológica efectiva y equilibrada.

VISIÓN ESTRUCTURADA DEL FUTURO



INTRODUCCIÓN

¿Cambiarán nuestros modelos de interacción en los próximos años?

La forma en que los humanos interactúan entre sí y con la tecnología está en plena transformación. La evolución de la inteligencia artificial (IA), la expansión de los asistentes digitales y la integración de dispositivos inteligentes están redefiniendo la manera en que nos comunicamos, trabajamos y tomamos decisiones. **La línea entre la interacción humana y la automatización se vuelve cada vez más difusa**, con sistemas que no solo responden a nuestras necesidades, sino que las anticipan.

“

La IA y la digitalización han transformado la interacción, más personalización, menos esfuerzo... pero también nuevos desafíos en privacidad, control y autonomía.



¿Seguiremos utilizando las mismas interfaces?

El desarrollo de nuevas interfaces y métodos de interacción, como la realidad aumentada, los hologramas y las interfaces cerebro-computadora, abre **nuevas posibilidades para la comunicación y la gestión de información**. La integración de estos avances con la inteligencia artificial generativa y la computación ambiental permitirá experiencias más fluidas, naturales y eficientes. Sin embargo, **el ritmo de adopción de estas tecnologías, su accesibilidad y las regulaciones que las rodean definirán si realmente representan una transformación estructural o simplemente mejoras incrementales**.

A medida que avanzamos hacia un entorno digital más complejo e interconectado, **la interacción entre humanos y tecnología seguirá evolucionando**. El reto no es solo aprovechar estos avances para mejorar la eficiencia y la experiencia del usuario, sino también garantizar que el equilibrio entre la automatización y la autenticidad se mantenga, permitiendo que la tecnología amplifique nuestras capacidades sin reemplazar lo que nos hace humanos.

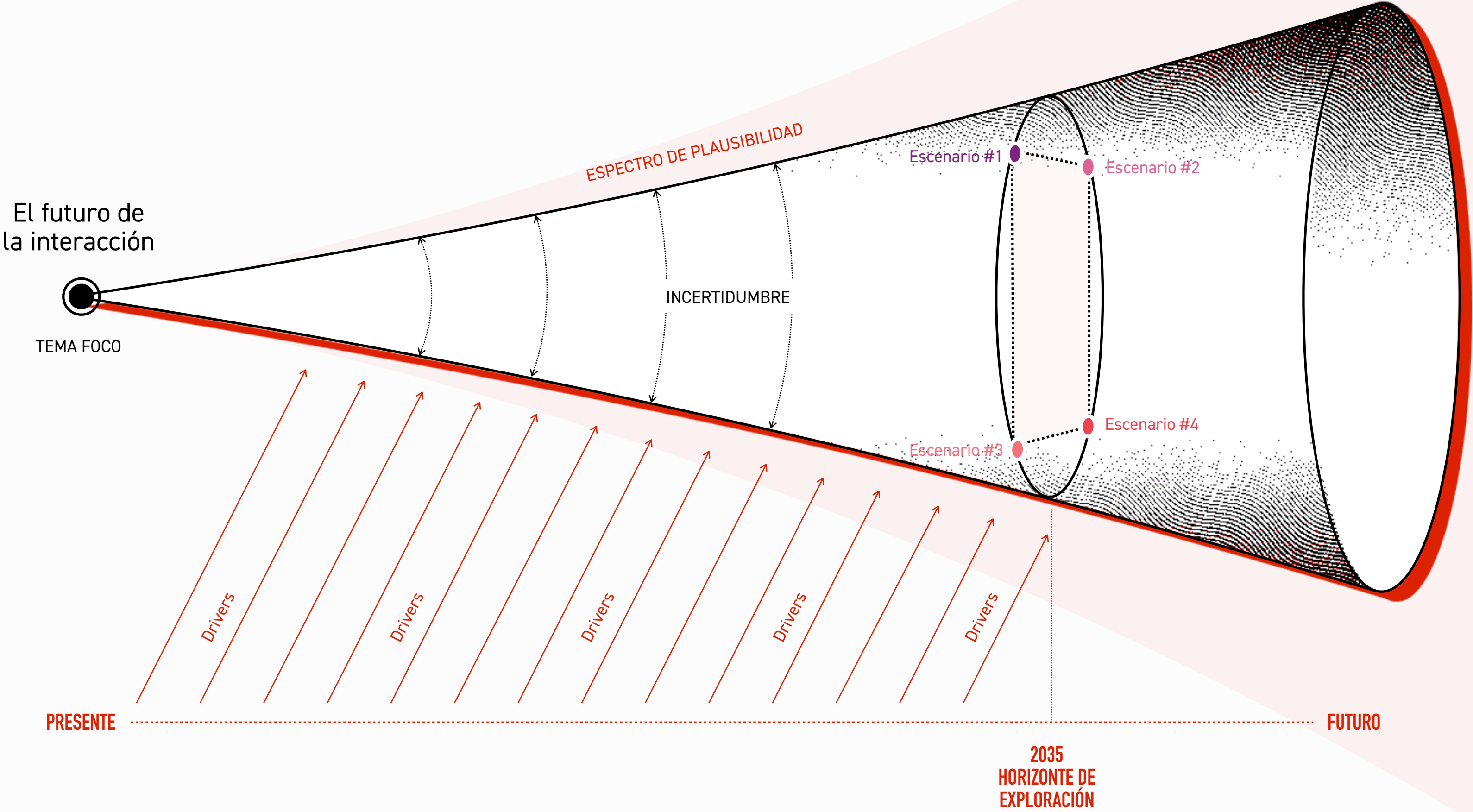
INTERFACES

METODOLOGÍA

En este estudio hemos utilizado la **metodología de «Futurecasting» para la anticipación de escenarios derivados del “Futuro de la Interacción”, tanto en la esfera personal como en la corporativa (tema foco).** Los cuatro escenarios pretenden definir el campo de juego en el que se materializará la realidad en torno al tema foco. Por ello, **los escenarios definidos son extremos dentro de la plausibilidad**, sin tratar de buscar la probabilidad, y permiten abarcar todo el espectro derivado de la evolución de la interacción entre humanos y máquinas. **La realidad debería materializarse en un punto entre estos cuatro escenarios.**

Esta metodología permite situar a los participantes en los cuatro futuros alternativos, ayudando a entender cómo se llega a esa situación, qué implicaciones se derivan de la misma y qué oportunidades surgirían.

Los escenarios se han generado sobre una base de conocimiento capturado mediante métodos de investigación primaria y secundaria. Para la investigación primaria se han entrevistado expertos de interacción, tecnológicos, industriales, sociológicos, psicológicos y conductuales a nivel global. A partir del entendimiento alcanzado se han identificado los factores que determinan la evolución de la realidad en torno al tema foco. **Estos factores han sido agregados en trece drivers con los que se articulan los escenarios de evolución.**



CONSUMIDORES Y CORPORACIONES EN UN ENTORNO TECNOLÓGICO AVANZADO



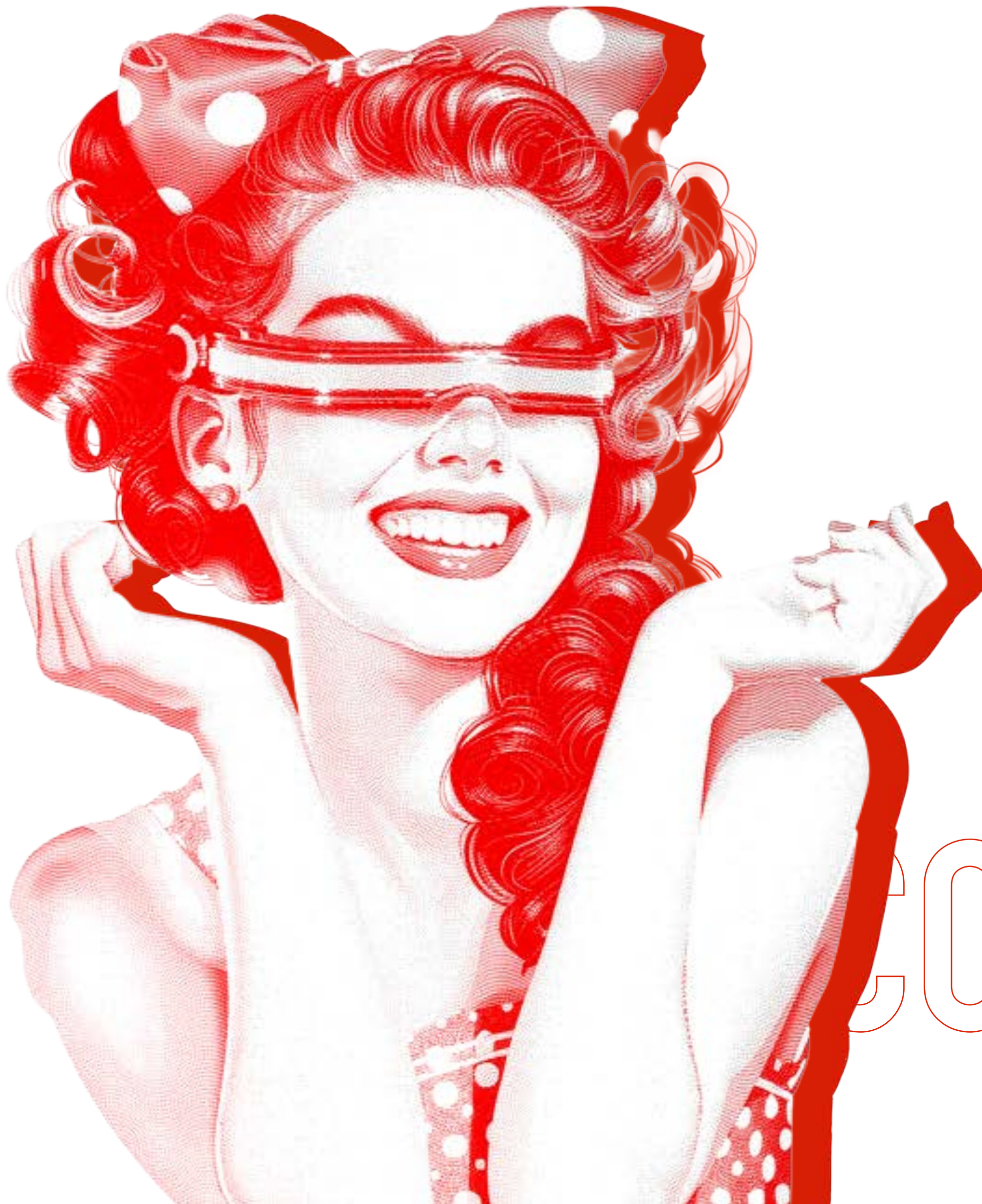
El poder de la personalización y la inmediatez

En el futuro de la interacción, **los consumidores desempeñarán un rol más activo en sus experiencias con marcas y productos, exigiendo calidad, sofisticación y personalización como estándar.** La adopción de asistentes de IA y dispositivos avanzados les permitirá interactuar de forma más eficiente con las empresas, consolidando patrones de consumo centrados en la inmediatez y en un creciente aprecio por los productos físicos y experiencias en entornos reales.

“

La interacción será multimodal, intuitiva y delegada en la IA, mientras el consumo evoluciona hacia la inmediatez, la suscripción y la integración total en nuestro entorno digital.





El consumo como expresión de valores y conciencia social

Más allá de la conveniencia y la personalización, **los consumidores adoptarán un enfoque activista y responsable, demandando mayor transparencia y compromiso ético por parte de las empresas.** La sostenibilidad será un factor clave en sus decisiones de compra, priorizando productos y servicios que minimicen su impacto ambiental. Del mismo modo, preferirán marcas alineadas con sus valores, aquellas que demuestren acciones concretas para reducir su huella ecológica y generar un impacto social positivo.

La privacidad de los datos se convertirá en una prioridad innegociable. Los consumidores serán más conscientes del valor de su información personal y exigirán mayor control sobre el uso de sus datos. En este sentido, muchas personas podrían optar por renunciar a ciertos servicios digitales si perciben que comprometen su privacidad.

De forma paralela, **la salud y el bienestar cobrarán mayor protagonismo, impulsando la demanda de productos y servicios que fomenten el equilibrio físico, mental y emocional.** Esta tendencia reflejará un cambio en la mentalidad del consumidor, quien no solo buscará conveniencia y calidad, sino que también valorará el impacto de sus decisiones en su propia vida y en la sociedad.

CONCIENCIA SOCIAL

El desafío de la innovación con confianza

Para las empresas, el futuro de la interacción representa tanto una oportunidad como un desafío. La adopción de capacidades emergentes como la inteligencia artificial generativa (GenAI), los asistentes inteligentes y los nuevos modelos de interacción será fundamental para mantenerse competitivas. Sin embargo, la transformación digital no consistirá solo en integrar capas tecnológicas en los modelos existentes, sino en **redefinir las estrategias de negocio para responder de manera ágil, eficiente y segura a las expectativas del mercado.**

Las compañías deberán equilibrar la innovación con la confianza del consumidor, asegurando la privacidad y la seguridad de los datos en un contexto de regulaciones cada vez más estrictas. La transparencia y la ética serán aspectos clave para diferenciarse en un entorno donde los clientes exigen mayor claridad en los procesos internos y en el manejo de su información personal.

Para lograrlo, será esencial que las empresas adopten **modelos de negocio flexibles, capaces de evolucionar junto con las demandas del consumidor.** La experiencia del cliente no solo dependerá de la calidad del producto o servicio, sino también de la confianza que inspire la marca en su interacción con los usuarios.

“

Solo las empresas que combinen tecnología, transparencia y confianza lograrán fidelizar a sus clientes.

CONFIANZA



¿HACIA UN HUMANO
AUMENTADO O
ESTANCADO?

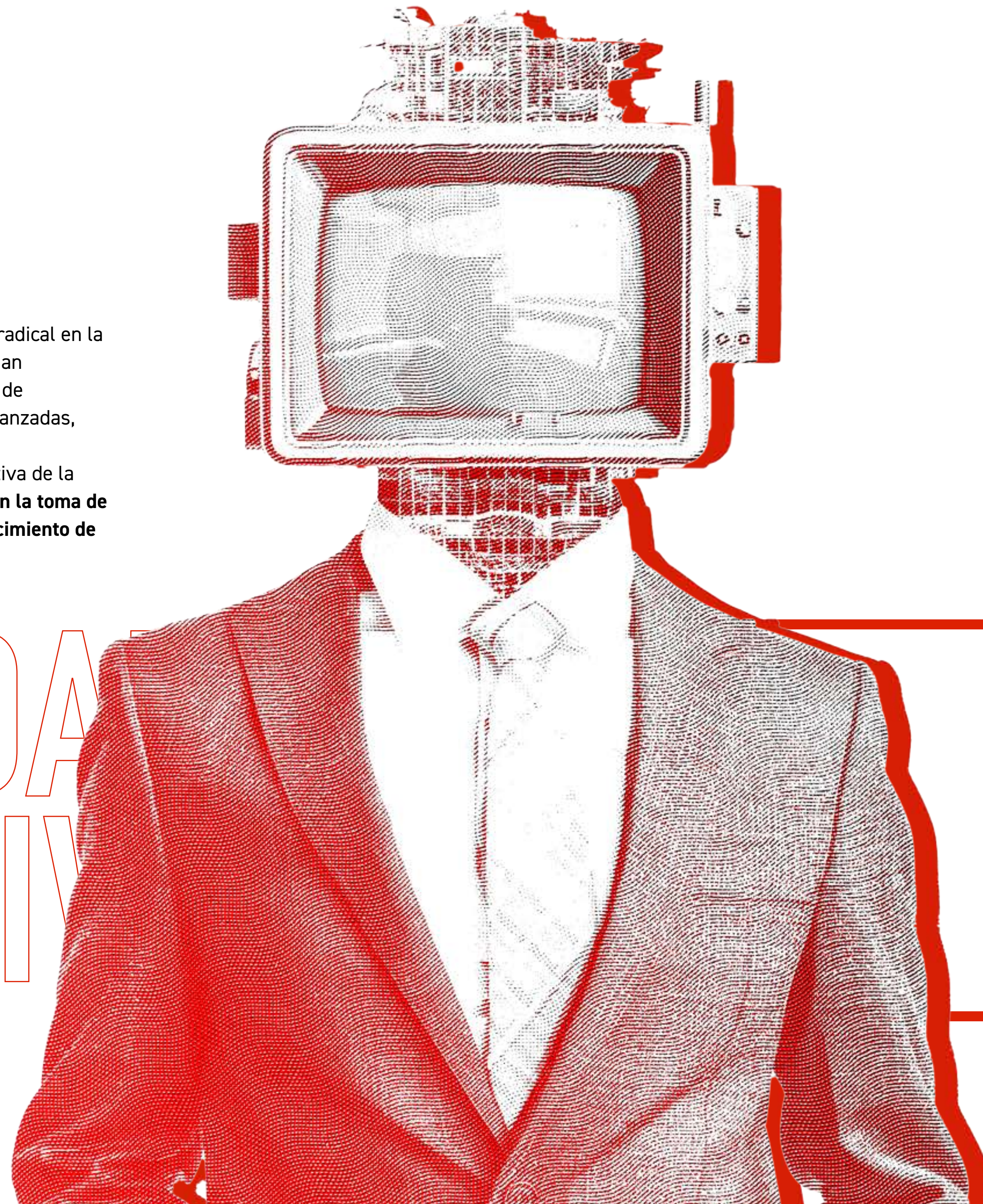


COMPORTAMIENTO HUMANO

¿Hacia dónde nos dirigimos?

La evolución tecnológica plantea una transformación radical en la forma en que los humanos procesan información, toman decisiones y comprenden su entorno. La combinación de capacidades cerebrales naturales con capacidades avanzadas, como la inteligencia artificial y las interfaces cerebro-computadora (BCI), permitirá una expansión significativa de la cognición humana. Esto abrirá **nuevas posibilidades en la toma de decisiones, la interpretación del contexto y el reconocimiento de patrones complejos.**

DIVERSIDAD
COGNITIVA



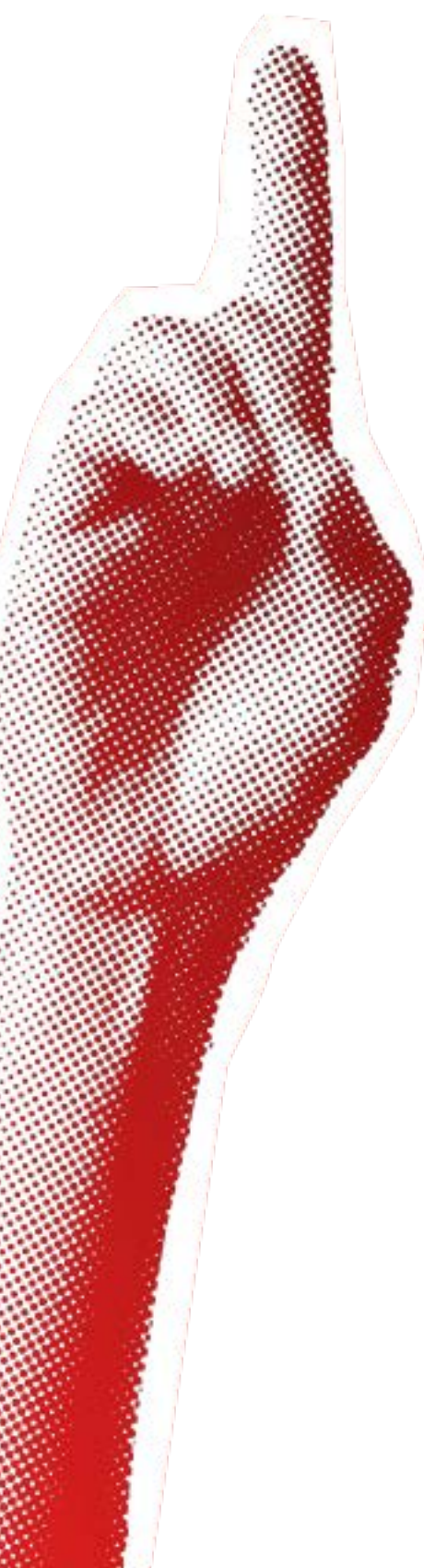
“

El acceso inmediato a la información potenciará nuestras decisiones, pero solo un equilibrio con la autonomía y la diversidad cognitiva evitará que la tecnología piense por nosotros.

COMPORTAMIENTO HUMANO

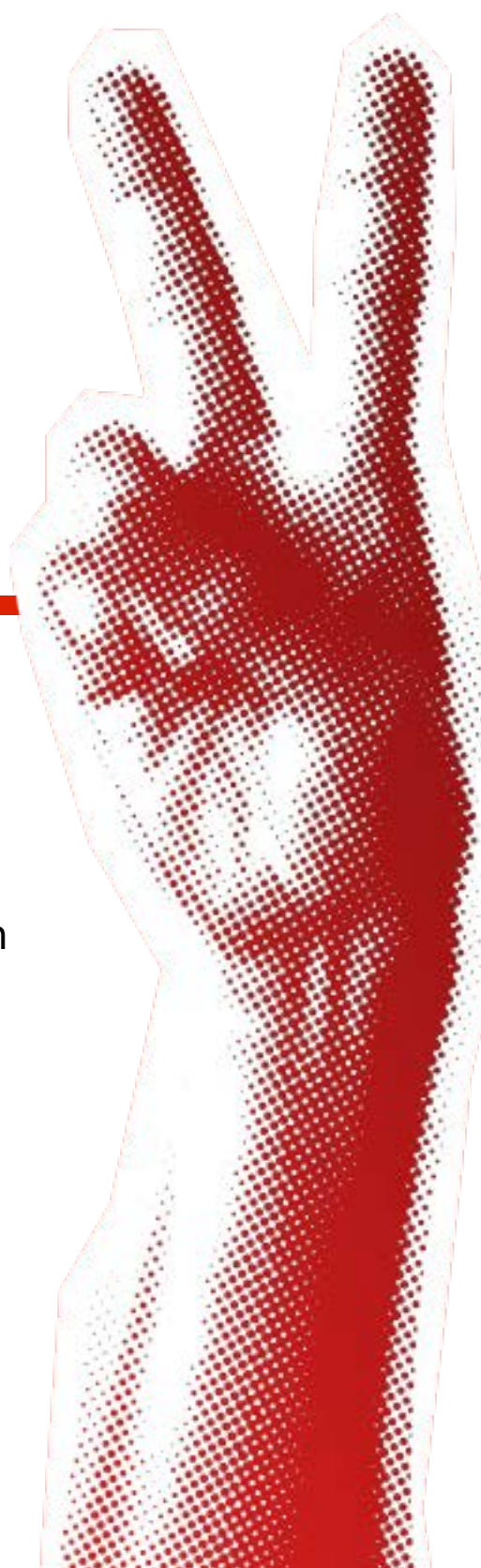
Los avances en IA permitirán mejorar el procesamiento cognitivo en varias dimensiones

PROCESAMIENTO COGNITIVO



Entendimiento del contexto

Con el apoyo de tecnologías que proporcionan información en tiempo real, el cerebro humano podrá procesar **contextos más dinámicos y complejos**. Los sistemas basados en IA ofrecerán *insights* personalizados para reducir el sesgo cognitivo y ampliar el campo de percepción.



Reconocimiento cognitivo

Mediante el uso de dispositivos avanzados, como implantes BCI o herramientas de aprendizaje automático, **los humanos podrán interpretar patrones y reconocer estímulos de manera más rápida y precisa**. Esto facilitará, por ejemplo, el aprendizaje de nuevos idiomas, la comprensión de códigos complejos y la identificación de elementos visuales o auditivos en tiempo real.



Toma de decisiones aumentada

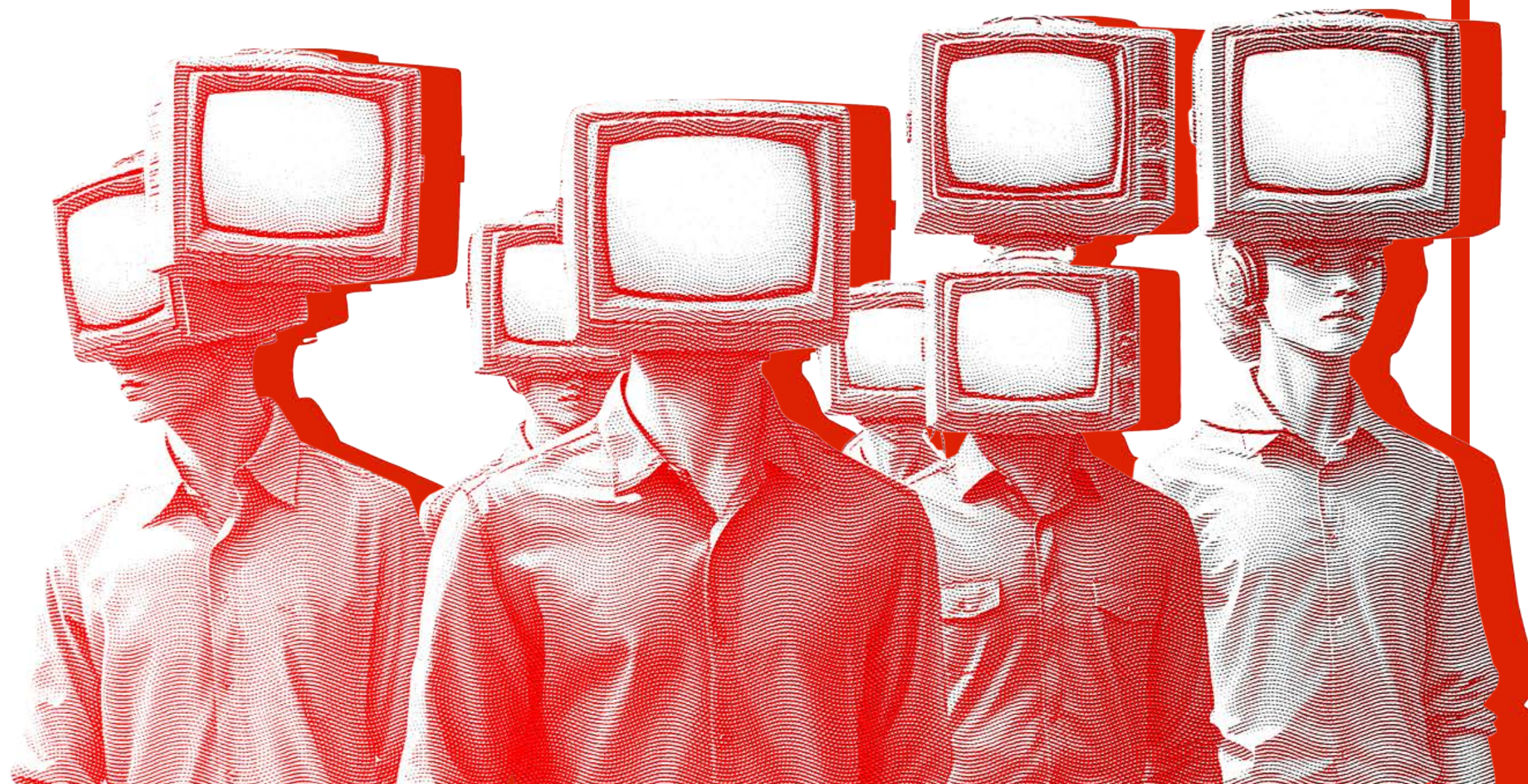
Gracias a modelos predictivos y simulaciones avanzadas, los usuarios podrán evaluar **múltiples escenarios antes de tomar una decisión**. La presentación intuitiva de estas opciones optimizará los resultados en tiempo real y reducirá la incertidumbre en procesos clave, tanto en el ámbito personal como en el profesional.

COMPORTAMIENTO HUMANO

Claves para interacciones más relevantes y personalizadas

El futuro de la interacción estará marcado por una comprensión avanzada del contexto del usuario, impulsada por la **integración de múltiples fuentes de datos y el desarrollo de capacidades como la GenAI**. A través de sensores, asistentes personales y bases de datos externas, se crearán perfiles digitales detallados – conocidos como gemelos digitales – que reflejarán con precisión el estado, preferencias y necesidades de cada usuario en cualquier fase de su *journey*.

Este nivel de personalización traerá **interacciones más fluidas y relevantes, mejorando la experiencia del usuario y fortaleciendo el engagement con productos y servicios**. Sin embargo, también se enfrentarán ante desafíos significativos en términos de privacidad, seguridad y ética en la recolección y uso de datos.



Avances tecnológicos que transformarán la comprensión del contexto

◆ Generalización de sensores

La IA comprenderá el mundo combinando texto, imágenes, audio y biometría para interpretar cada contexto con precisión.

◆ Integración de IoT

El Internet de las Cosas hará que la tecnología entienda nuestro entorno, adaptándose de forma intuitiva a cada usuario.

◆ Procesamiento multimodal

Los dispositivos inteligentes no solo sabrán dónde estás, sino también qué te rodea, ajustando su respuesta en tiempo real.

◆ Aprendizaje personalizado

La IA aprenderá contigo, adaptándose a tu ritmo, hábitos y preferencias para ofrecerte experiencias más naturales y fluidas.

◆ IA semántica y ontológica

Los sistemas no solo procesarán datos, sino que comprenderán significados y relaciones, interpretando nuestras intenciones con mayor profundidad.

UN MARCO DE INTERACCIONES FLUIDAS Y CONECTADAS



MARCO DE INTERACCIÓN

Un marco de interacciones fluidas y conectadas

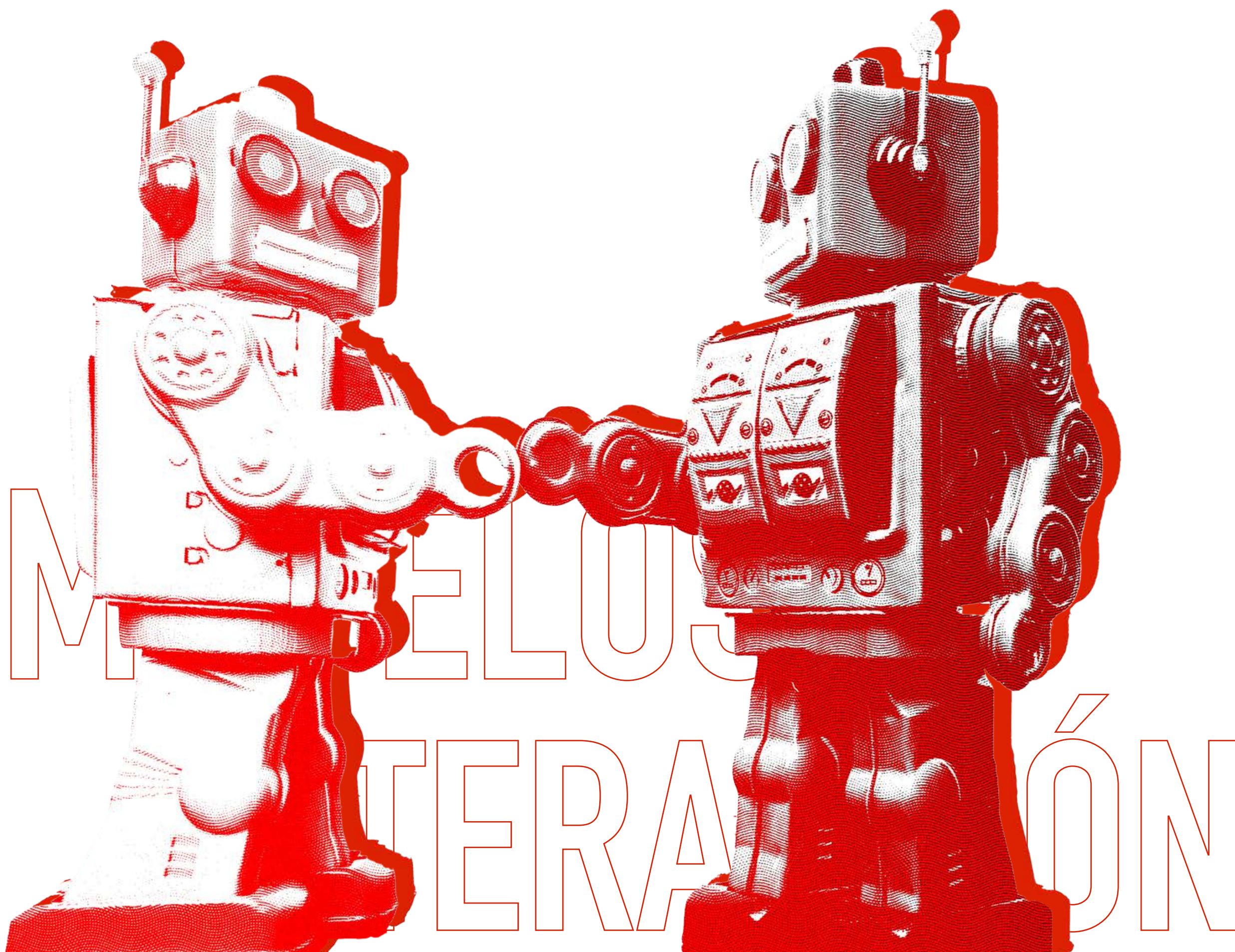
El futuro de la interacción estará marcado por **modelos híbridos más inmersivos, dinámicos y con un alto grado de contextualización**. La conexión entre humanos y máquinas evolucionará hacia interacciones orientadas a objetivos, dejando atrás la necesidad de definir procesos detallados (*prompting*). A medida que la tecnología asuma el control de la mayoría de los procesos transaccionales y operativos, **las interacciones exclusivamente humanas se centrarán en actividades creativas, sociales y reflexivas**.

En este nuevo ecosistema, **la regulación desempeñará un papel clave** en garantizar la privacidad, la ética y la sostenibilidad de las interacciones, protegiendo la autonomía del usuario y evitando el abuso de sistemas automatizados.



MARCO DE INTERACCIÓN

Evolución de los modelos de interacción



RELACIONES ENTRE HUMANOS

Tecnología al servicio de la conexión interpersonal

A pesar de la automatización y los avances tecnológicos, **la interacción humana seguirá siendo esencial en la sociedad**. La tecnología reducirá las interacciones transaccionales al encargarse de tareas rutinarias, permitiendo que las personas se enfoquen en la creatividad, el aprendizaje y la conexión emocional.

En un mundo cada vez más digitalizado, **las relaciones humanas cobrarán más valor, impulsando la importancia del trabajo colaborativo, la educación presencial y los encuentros físicos**. Además, la integración entre el mundo físico y digital evolucionará con avatares hiperrealistas que reflejarán la identidad y emociones de los usuarios, facilitando experiencias inmersivas y eliminando barreras geográficas.

RELACIONES ENTRE HUMANOS Y MÁQUINAS

Interacciones naturales y personalizadas

El futuro de la interacción entre humanos y máquinas estará marcado por la **fluidez, la accesibilidad y la privacidad**. La IA comprenderá mejor el lenguaje natural, permitiendo experiencias intuitivas y respuestas precisas en tiempo real.

Gracias a la expansión de sensores y dispositivos IoT, los entornos digitales se adaptarán de forma autónoma a las necesidades del usuario, optimizando desde el hogar hasta el espacio de trabajo. Además, **los asistentes de IA asumirán un papel clave en la organización de la vida cotidiana**, facilitando tareas y mejorando la productividad, siempre con un enfoque en la privacidad y el uso responsable de los datos.

RELACIONES ENTRE MÁQUINAS

Ecosistemas interconectados y automatizados

La comunicación entre dispositivos y sistemas autónomos impulsará un **entorno digital más eficiente y adaptable**. La IA facilitará la colaboración entre asistentes virtuales, sistemas de tráfico y dispositivos del hogar, **optimizando el tiempo y los recursos sin intervención humana**. Las tareas repetitivas serán automatizadas, permitiendo que las personas se enfoquen en actividades de mayor valor.

Sin embargo, con la creciente interconectividad, **la seguridad de los datos y la ética en el uso de la tecnología serán fundamentales** para garantizar la confianza y la protección de los usuarios en este ecosistema digital.

MARCO DE INTERACCIÓN

Herramientas para una interacción avanzada

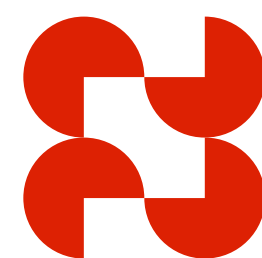
El ecosistema de dispositivos evolucionará hacia soluciones más naturales e integradas, optimizando la relación entre humanos y tecnología.

HERRAMIENTAS DE INTERACCIÓN



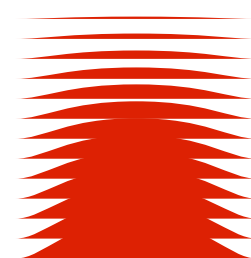
Gafas de realidad aumentada y virtual

La AR enriquecerá la percepción del mundo físico con información digital en tiempo real, mientras que la VR ofrecerá experiencias inmersivas completamente digitales.



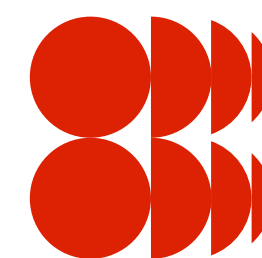
Smartphones y *wearables*

Aunque los smartphones seguirán siendo herramientas fundamentales, los *wearables* ganarán protagonismo, integrando funcionalidades avanzadas en dispositivos compactos y accesibles.



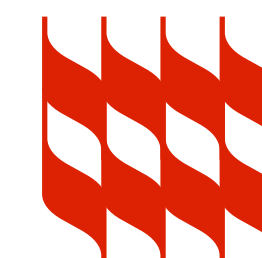
Interfaces dinámicas y adaptativas

Aunque los smartphones seguirán siendo herramientas fundamentales, los wearables ganarán protagonismo, integrando funcionalidades avanzadas en dispositivos compactos y accesibles.



Interfaces cerebro-computadora (BCI)

Las pantallas táctiles, los hologramas y la computación espacial permitirán interacciones más intuitivas y eficientes. La personalización será clave para garantizar experiencias fluidas y contextuales.



Sistemas hápticos y retroalimentación sensorial

La incorporación del tacto en la interacción digital mejorará la experiencia del usuario, permitiendo sentir texturas, temperaturas y resistencias en entornos virtuales.

ESCENARIOS



ESCENARIOS

El futuro de la interacción en el año 2035 se despliega en cuatro escenarios divergentes, cada uno moldeado por la evolución de la inteligencia artificial, la adopción de dispositivos avanzados y el marco regulatorio que rige su implementación. Desde un mundo en el que la tecnología ha fracasado en su promesa de transformación radical hasta una sociedad donde la interacción con agentes inteligentes es ubicua, **estos escenarios exploran diferentes grados de integración, autonomía y accesibilidad tecnológica.**

En algunos casos, la IA se consolida como una herramienta útil pero limitada; en otros, se convierte en un pilar fundamental de la vida cotidiana, modificando por completo la manera en que las personas interactúan con su entorno. **Cada escenario presenta oportunidades y desafíos únicos, impactando no solo la forma en que trabajamos y socializamos, sino también sectores clave como el asegurador, donde la adaptación a estos cambios será crucial para seguir siendo relevante en el futuro.**

ESCENARIO #1

DONDE EL MURO NOS DETUVO



ESCENARIO #2

EL ARTE DE MAXIMIZAR



ESCENARIO #3

LA ERA DEL LUJO DIGITAL



ESCENARIO #4

HACIA LA UXTOPÍA



ESCENARIOS

Materialización del potencial

Coste de la tecnología &
permisividad regulatoria



ESCENARIO #1

DONDE EL MURO NOS DETUVO

ABSTRACT

Año 2035. **La IA no ha alcanzado las expectativas iniciales**, y la interacción entre personas apenas ha variado en 10 años. Estas soluciones son eficientes en entornos controlados, ofrecen generación de contenido multiformato de calidad y optimizan tareas específicas con resultados sólidos, pero sin lograr la transformación que muchos imaginaban y con una gran dependencia en la supervisión humana para la mayoría de las aplicaciones. Tres factores evidencian claramente la falta de impacto transformador.

En primer lugar, los dispositivos de interacción como gafas de realidad aumentada y virtual, robots o wearables son muy limitados en diseño, funcionalidad y adopción. Funcionan, pero les queda mucho recorrido para que sean gadgets útiles para el usuario medio más allá de aplicaciones muy concretas. Aunque los costes tecnológicos no suponen una barrera relevante, las decisiones sobre su implementación requieren una evaluación cuidadosa debido a su limitado impacto y, en la práctica, su adopción se centra en contextos personales y profesionales específicos. Su relevancia en la vida cotidiana sigue siendo marginal, quedando lejos de convertirse en herramientas esenciales o ampliamente utilizadas, como podían serlo los smartwatches hace 10 años.

El segundo factor es la falta de interoperabilidad entre sistemas, aplicaciones y dispositivos, que obstaculiza el pleno potencial de la tecnología. Dentro de ecosistemas cerrados, las experiencias son funcionales, pero nunca fluidas ni completamente integradas con el contexto. Entre ecosistemas distintos la integración es ineficiente, lo que genera una fragmentación de las experiencias.

Además de los factores anteriores, **la adopción se ve limitada por una regulación restrictiva que frena la innovación y dificulta la adopción de nuevas tecnologías.** Cumplir con las normativas supone un proceso pesado y costoso y, como se ha visto antes, con escasa utilidad, lo que desincentiva tanto a empresas como a usuarios.

En este contexto, el impacto neto de la tecnología en el mercado laboral y la sociedad es discreto. Si bien se han logrado avances en productividad y capacitación, el cambio estructural es mínimo, y las promesas de la tecnología como motor de transformación radical han quedado como un eco distante.



ESCENARIO #1

DONDE EL MURO NOS DETUVO

En este escenario, **el avance de la inteligencia artificial y la tecnología en general ha sido mucho más modesto de lo que se esperaba**. La transformación digital ha tenido un impacto limitado, con mejoras incrementales en productividad y eficiencia, pero sin una revolución en la forma en que interactuamos con los sistemas y dispositivos. La falta de interoperabilidad entre tecnologías, una regulación restrictiva y la falta de avances significativos en *hardware* han resultado en una sociedad donde las interacciones siguen siendo similares a las de una década atrás. La IA no ha alcanzado niveles de autonomía disruptivos y sigue dependiendo de la supervisión humana para la mayoría de las tareas.

Las interacciones continúan estando dominadas por dispositivos tradicionales, con los *smartphones* al centro de la experiencia digital.

Aunque han mejorado las interfaces de voz y algunas tecnologías emergentes han intentado ganar terreno, las pantallas táctiles y los controles manuales siguen siendo los métodos de interacción predominantes. La personalización y la adaptación al contexto son mínimas, ya que la tecnología carece de la capacidad de comprender el entorno de manera profunda. En este contexto, la digitalización ha aliviado ciertas cargas, pero no ha generado cambios estructurales significativos en la sociedad.

DONDE EL MURO
NOS DETUVO

Claves

♦ Baja autonomía de la IA

La inteligencia artificial sigue funcionando como un asistente pasivo, limitado a la ejecución de tareas repetitivas y de bajo impacto. La supervisión humana sigue siendo necesaria en la mayoría de los procesos, reduciendo la capacidad de la IA para actuar de forma independiente.

♦ Predominio del *smartphone*

Los teléfonos móviles siguen siendo la principal plataforma de interacción, sin que los dispositivos emergentes hayan logrado reemplazarlos. La centralización de la tecnología en el *smartphone* limita la evolución de nuevas interfaces y métodos de control.

♦ Interacción fragmentada y falta de interoperabilidad

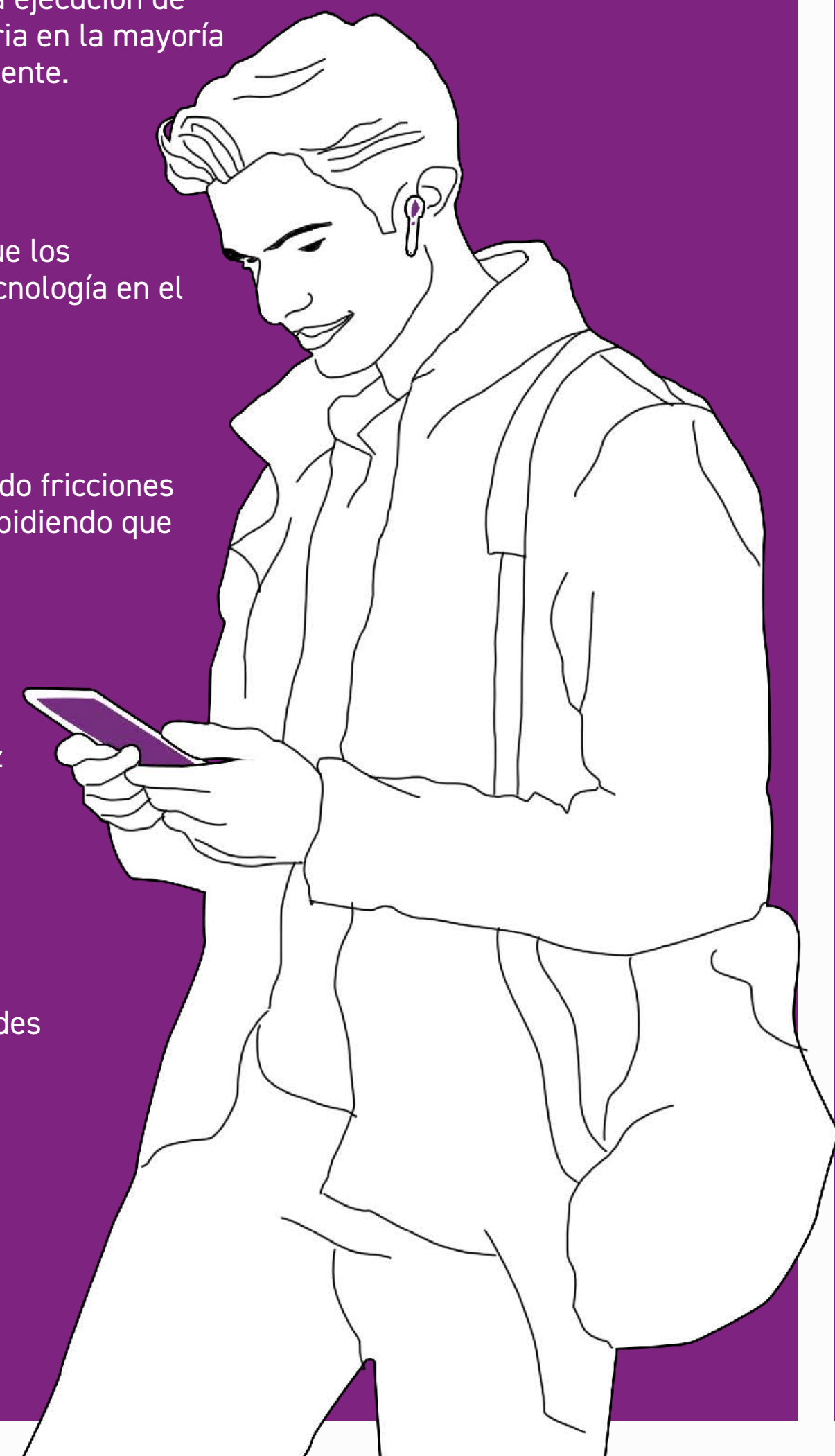
Las aplicaciones y dispositivos no logran comunicarse de manera fluida, generando fricciones en la experiencia digital. Los ecosistemas tecnológicos permanecen cerrados, impidiendo que las experiencias sean integradas y personalizadas.

♦ Interfaces tradicionales y de bajo impacto

Las pantallas táctiles siguen siendo el estándar de interacción, con mejoras incrementales en calidad pero sin disrupción en la experiencia. El control por voz ha mejorado, pero su uso sigue siendo limitado a comandos simples y tareas de baja complejidad.

♦ Personalización y adaptación limitada al contexto

La falta de procesamiento de datos avanzados impide que las interacciones sean personalizadas de manera significativa. La IA no logra anticiparse a las necesidades del usuario de forma efectiva, manteniendo las experiencias digitales poco optimizadas.



ESCENARIO #1

DONDE EL MURO NOS DETUVO

Personalización y adaptación limitada al contexto

En este escenario, **la evolución tecnológica no ha cumplido las expectativas y la digitalización del sector asegurador sigue un camino de mejoras incrementales en lugar de una transformación radical.** La falta de interoperabilidad, la baja autonomía de la IA y la escasa adopción de dispositivos avanzados han resultado en un ecosistema donde los procesos aseguradores continúan dependiendo en gran medida de modelos tradicionales.

Si bien algunas herramientas digitales han optimizado la eficiencia operativa, **la automatización sigue siendo limitada y la personalización de productos aún no es una realidad tangible.** Los seguros siguen funcionando bajo modelos estandarizados, sin capacidad de adaptación en tiempo real al comportamiento del asegurado. La experiencia del cliente sigue siendo lenta y burocrática, ya que las interacciones humanas son necesarias en la mayoría de los procesos. Además, la escasez de datos procesables impide la evolución hacia modelos predictivos más avanzados. En un contexto de baja adopción tecnológica y regulación restrictiva, la innovación en el sector asegurador está estancada, dificultando la diferenciación entre compañías y limitando la capacidad de ofrecer seguros personalizados y adaptados a los riesgos individuales.

Implicaciones

1.

Modelos de seguros tradicionales sin personalización significativa

La falta de avances tecnológicos ha impedido la evolución hacia seguros hiperpersonalizados. La mayoría de las pólizas siguen siendo estáticas, con tarifas fijas basadas en perfiles de riesgo tradicionales y no en datos en tiempo real. Los clientes continúan seleccionando paquetes predefinidos sin que la aseguradora pueda ajustar coberturas dinámicamente según su comportamiento o contexto.

2.

Automatización mínima en procesos de suscripción y reclamaciones

Si bien se han digitalizado algunas operaciones, la ausencia de IA avanzada y la falta de interoperabilidad entre sistemas han limitado la automatización de procesos clave. Las suscripciones siguen dependiendo de formularios manuales y largos tiempos de validación, mientras que la gestión de siniestros aún requiere revisión humana para verificar reclamaciones.

3.

Experiencia del cliente burocrática y dependiente de agentes humanos

La interacción con aseguradoras sigue siendo, en su mayoría tradicional, con muchos clientes requiriendo asistencia humana para completar procesos. Esto hace que los tiempos de respuesta sean largos y la experiencia sea percibida como ineficiente en comparación con otros sectores más digitalizados.

4.

Falta de integración de datos para una evaluación precisa de riesgos

Debido a la escasez de datos generados por los clientes en tiempo real, la evaluación del riesgo sigue dependiendo de modelos actuariales históricos. Esto limita la capacidad de ofrecer precios más precisos y justos, afectando tanto a clientes de bajo riesgo que pagan primas altas como a aquellos de alto riesgo que no son detectados a tiempo.

5.

Poca capacidad de innovación debido a restricciones regulatorias

El marco regulatorio restrictivo ha dificultado la experimentación con nuevos modelos aseguradores basados en IA y análisis predictivo. Las aseguradoras enfrentan barreras para desarrollar productos innovadores, lo que impide diferenciarse y adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado.

ESCENARIO #2

EL ARTE DE MAXIMIZAR

ABSTRACT

Año 2035. Echando la vista atrás, **la IA no ha alcanzado el potencial esperado y, sin embargo, el impacto es alucinante**. Sería exagerado hablar de tecnología revolucionaria, pero sí se puede afirmar que la IA ha transformado nuestras interacciones y dinámicas sociales y laborales. Tres factores clave explican esta situación.

En primer lugar, el foco en la adopción masiva. Los desarrolladores, al encontrarse con barreras infranqueables en la evolución de la IA, dedicaron sus esfuerzos a impulsar su adopción masiva. Priorizaron la asequibilidad y la usabilidad, permitiendo el acceso a dispositivos que combinan fidelidad, ergonomía y conveniencia, y que han evolucionado como extensiones naturales de los *smartphones*, que se resisten a desaparecer. De esta manera, los sistemas de IA, con sus capacidades limitadas pero funcionales, han encontrado un lugar omnipresente tanto en entornos domésticos como profesionales.

El segundo factor clave es la mejora de la interoperabilidad dentro de los tres grandes ecosistemas tecnológicos, que ofrece experiencias fluidas y multimodales. Estas integraciones habilitan casos de uso que logran maximizar la aplicabilidad práctica de la tecnología que espera nuevos saltos tecnológicos tantas veces prometidos.

Por último, un marco regulatorio permisivo, diseñado para priorizar la competitividad y la innovación frente a posibles riesgos. La evolución gradual de la automatización y los avances tecnológicos han evitado encender alarmas sociales significativas y, por lo tanto, han permitido una adopción social y corporativa sin restricciones excesivas.

Cabe destacar que la automatización ha aumentado la productividad y reducido tareas tediosas, pero también ha desplazado a una parte considerable de la fuerza laboral. En muchos sectores, las nuevas oportunidades laborales no alcanzan a cubrir los roles perdidos, creando bolsas de desempleo con escasas perspectivas de mejora.

Hace una década, los tecno-optimistas soñaban con una sociedad transformada por un avance tecnológico sin precedentes. Hoy, aunque el progreso no ha sido tan espectacular, la IA ha demostrado que puede ofrecer beneficios tangibles y remodelar nuestra forma de vivir y trabajar si se profundiza en su adopción.



ESCENARIO #2

EL ARTE DE MAXIMIZAR

En este escenario, **la inteligencia artificial ha demostrado ser útil y funcional, pero no revolucionaria**. Aunque no ha alcanzado el potencial esperado, su adopción masiva ha permitido una transformación significativa en la forma en que interactuamos con la tecnología. La asequibilidad y facilidad de uso han sido factores clave en la integración de sistemas de IA en la vida cotidiana, consolidándose como herramientas esenciales para la productividad y la eficiencia.

La interoperabilidad dentro de los grandes ecosistemas tecnológicos ha mejorado, permitiendo experiencias más fluidas y multimodales. Sin embargo, sigue habiendo limitaciones fuera de estos entornos, lo que impide una integración completa. Las interacciones se han vuelto más dinámicas y multimodales, combinando voz, gestos y control táctil. A pesar de estos avances, la supervisión humana sigue siendo predominante en tareas complejas, y la personalización de las experiencias sigue estando condicionada por la capacidad de cada ecosistema.

EL ARTE DE MAXIMIZAR

Claves

◆ IA funcional y adoptada de forma masiva

Los asistentes de IA se han convertido en una herramienta omnipresente en el día a día, optimizando la gestión de tareas cotidianas. La supervisión humana sigue siendo necesaria, pero la automatización ha reducido de manera significativa la carga de trabajo en procesos repetitivos.

◆ Mayor interoperabilidad dentro de ecosistemas cerrados

La conectividad entre dispositivos y aplicaciones dentro de los grandes ecosistemas ha mejorado, facilitando experiencias más fluidas. La falta de estándares universales aún genera fricciones en la integración entre plataformas de diferentes proveedores.

◆ Auge de dispositivos inteligentes

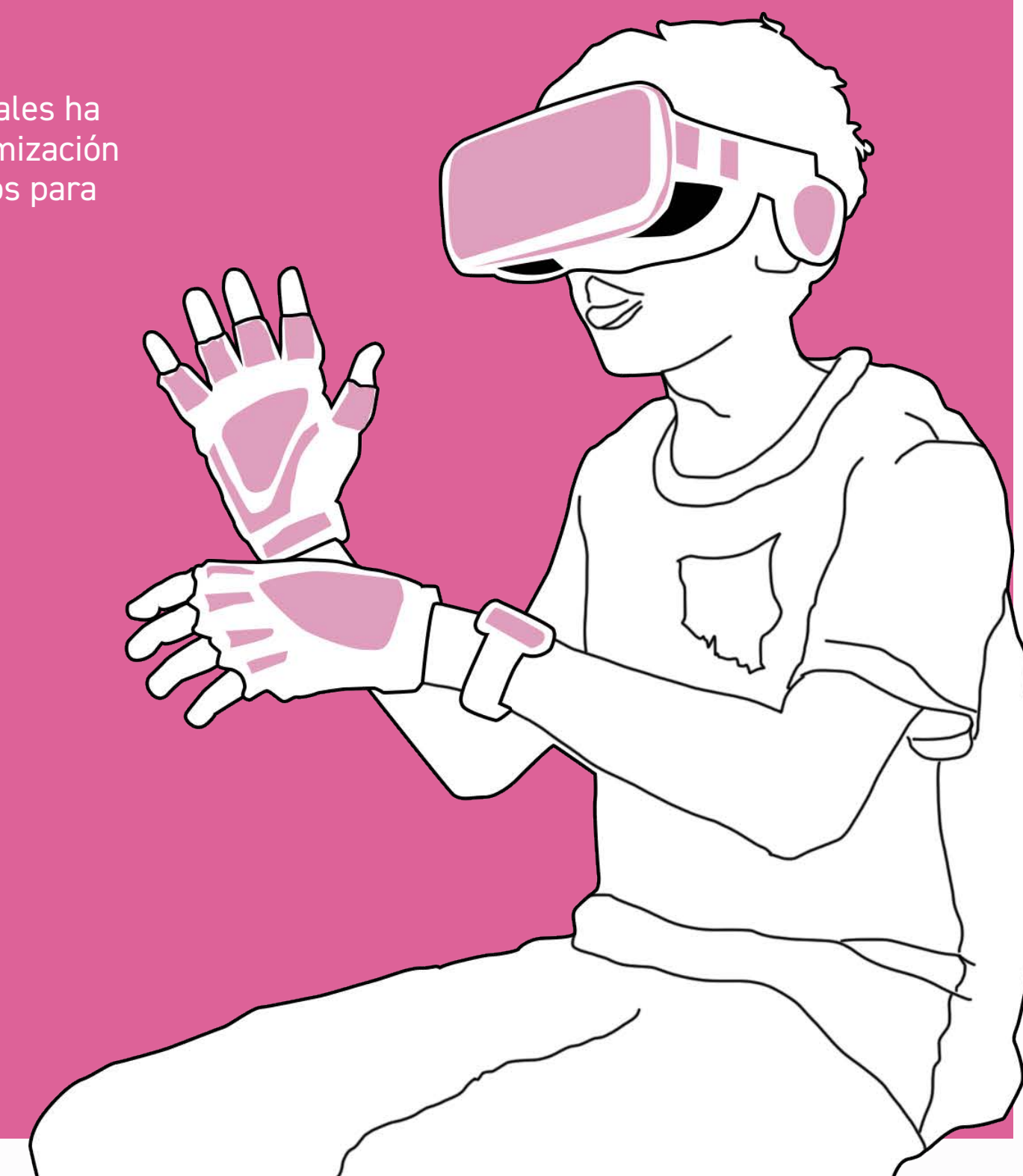
El uso de gafas de realidad aumentada, *wearables* y asistentes personales ha aumentado, mejorando la experiencia digital. La miniaturización y optimización de estos dispositivos han permitido que sean más accesibles y cómodos para los usuarios.

◆ Interacción multimodal avanzada

Se ha consolidado el uso de interfaces combinadas de voz, gestos y pantallas táctiles, mejorando la accesibilidad y eficiencia. La naturalidad de la interacción ha mejorado, aunque sigue dependiendo de las capacidades del ecosistema en el que opera.

◆ Personalización moderada

Dentro de los ecosistemas tecnológicos, la IA logra ofrecer experiencias personalizadas, pero su efectividad sigue siendo limitada. Fuera de los entornos controlados, la personalización sigue siendo básica debido a la falta de integración de datos.



ESCENARIO #2

EL ARTE DE MAXIMIZAR

Personalización moderada

En este escenario, la inteligencia artificial se ha consolidado como una capacidad muy adoptada, optimizando procesos y mejorando la eficiencia operativa, pero sin alcanzar niveles de autonomía disruptiva. Para el sector asegurador, esto representa un entorno donde la automatización ha reducido de manera significativa la carga de trabajo en la gestión de pólizas, suscripción y reclamaciones, pero aún requiere intervención humana en tareas complejas.

La interoperabilidad dentro de ecosistemas tecnológicos ha permitido que las aseguradoras integren sus servicios con plataformas de terceros, lo que mejora la personalización y el ajuste dinámico de primas. Sin embargo, fuera de estos ecosistemas, la experiencia sigue fragmentada. La mayor disponibilidad de datos ha facilitado la implementación de seguros basados en el comportamiento, aunque aún con ciertas limitaciones en tiempo real. El cliente interactúa con aseguradoras principalmente a través de asistentes de IA, lo que ha reducido el contacto directo con agentes humanos. Sin embargo, los desafíos en la integración de sistemas entre diferentes plataformas y la necesidad de validación humana en situaciones críticas han impedido una automatización total.

Implicaciones

1.

Optimización operativa mediante IA en suscripción, reclamaciones y atención al cliente

Las aseguradoras han incorporado asistentes de IA para mejorar la eficiencia en procesos clave. Esto ha reducido el tiempo de espera en atención al cliente, automatizado reclamaciones simples y facilitado la suscripción de pólizas mediante la integración con plataformas de terceros.

2.

Mayor personalización de seguros dentro de ecosistemas tecnológicos cerrados

Dentro de los grandes ecosistemas tecnológicos, las aseguradoras han logrado ofrecer seguros personalizados en función del comportamiento del cliente. Sin embargo, fuera de estos entornos, la personalización sigue siendo limitada debido a la falta de interoperabilidad entre sistemas.

3.

Ajuste dinámico de primas basado en datos de comportamiento

Los clientes que operan dentro de ecosistemas tecnológicos pueden beneficiarse de ajustes en sus primas en función de su estilo de vida. Por ejemplo, un conductor que maneja con precaución puede ver reducida su prima de seguro en tiempo real, mientras que una persona con hábitos saludables puede recibir descuentos en seguros de salud.

4.

Reducción de la interacción humana en procesos básicos, pero con supervisión en casos complejos

La automatización ha desplazado muchas tareas rutinarias, pero la intervención humana sigue siendo necesaria en casos más complejos, como siniestros con disputas o evaluaciones de cobertura personalizadas.

5.

Competencia basada en la capacidad de integración con grandes plataformas tecnológicas

Las aseguradoras que han logrado integrarse con ecosistemas como grandes *marketplaces*, redes sociales o asistentes virtuales dominan el mercado. Las que no han podido adaptarse quedan rezagadas al no poder acceder a los datos contextuales necesarios para mejorar su oferta.

ESCENARIO #3

LA ERA DEL LUJO DIGITAL

ABSTRACT

Año 2035. **Muchas de las interacciones de nuestro día a día se vuelven frustrantes.** Sabemos que la tecnología está lista para proporcionarnos una experiencia mucho mejor, pero este potencial no se está materializando por diferentes motivos.

El más evidente es el coste de acceso a las tecnologías más avanzadas, que requieren grandes capacidades de computación y sofisticación tecnológica. La IA es capaz de adaptarse a diferentes entornos con considerables niveles de autonomía en tareas sencillas y los dispositivos han evolucionado gracias a la miniaturización, la computación avanzada, las baterías de nueva generación y la sensórica embebida. Sin embargo, la tecnología más puntera es cara de adquirir y operar por lo que tan solo las corporaciones y los usuarios más pudientes tienen acceso a ellas. Esto crea una división clara entre quienes pueden permitirse estos avances y quienes deben conformarse con opciones más asequibles, pero menos capaces. Esta divergencia afecta tanto al ámbito corporativo como al personal, con una adopción desigual de la tecnología estado del arte según la capacidad financiera.

El segundo motivo que impide que la interacción a través de sistemas de IA alcance todo su potencial es la falta de interoperabilidad. Esto reduce la fluidez, generando experiencias fragmentadas y con escasa personalización. Solo en entornos muy avanzados, los dispositivos como como las gafas de AR, VR, *wearables*, robots y otros aparatos inteligentes aprovechan al máximo el potencial de la IA creando experiencias multimodales, inmersivas e interactivas.

Finalmente, **el entorno regulatorio restrictivo sigue siendo un obstáculo.** Las normativas limitan ciertos casos de uso económicamente viables, imponen costes adicionales y restringen el uso completo de los datos disponibles y su transmisión entre sistemas de IA. Según los expertos esta regulación, además de frenar la adopción, ha frenado el desarrollo de la IA, que hubiese alcanzado fronteras mayores si se hubiera permitido el uso libre de datos privados para su entrenamiento.

En este escenario, la tecnología está al alcance de una élite con capacidades avanzadas, mientras que las masas deben conformarse con soluciones mucho más modestas.



ESCENARIO #3

LA ERA DEL LUJO DIGITAL

En este escenario, la tecnología ha avanzado de forma significativa, pero su acceso está restringido a quienes pueden pagar por ella. La inteligencia artificial ha alcanzado niveles de autonomía y capacidad notables, pero solo dentro de entornos exclusivos donde los costes no son un impedimento. Esto ha creado una gran brecha digital, donde una élite disfruta de interacciones fluidas e hiperpersonalizadas, mientras que la mayoría de la población sigue utilizando herramientas básicas con capacidades limitadas.

Las interacciones están muy fragmentadas debido a la falta de interoperabilidad entre dispositivos y plataformas, lo que impide que la tecnología alcance su máximo potencial. La regulación restrictiva ha frenado aún más la evolución de la IA, limitando su desarrollo y restringiendo el uso de datos para entrenamiento y personalización.

LA ERA DEL LUJO DIGITAL

Claves

◆ Desigualdad en el acceso a la IA

Los usuarios premium tienen acceso a asistentes de IA avanzados, mientras que la mayoría se conforma con versiones básicas. Las capacidades de automatización y personalización varían según el nivel económico del usuario.

◆ Fragmentación e interoperabilidad limitada

Las tecnologías de gama alta funcionan dentro de ecosistemas cerrados, sin comunicación efectiva con dispositivos más básicos. La falta de integración impide una experiencia fluida para la mayoría de los usuarios.

◆ Experiencias diferenciadas por nivel económico

Los dispositivos de alta gama ofrecen interacciones más sofisticadas, mientras que las opciones más asequibles son limitadas en funcionalidad. La experiencia digital está segmentada, replicando desigualdades económicas en el acceso a la tecnología.

◆ Control diferenciado según el nivel económico

Los usuarios con acceso a tecnología premium disfrutan de control por voz avanzado, interfaces gestuales e incluso integración con interfaces cerebro-computadora. Para la mayoría de los usuarios, las interacciones siguen dependiendo de pantallas táctiles y comandos básicos, lo que limita su capacidad de optimizar su experiencia digital.

◆ Limitada evolución de la IA debido a restricciones regulatorias

A pesar del potencial tecnológico, el desarrollo de la inteligencia artificial se ha visto frenado por normativas que limitan el uso de datos privados para su entrenamiento. Esto ha generado un ecosistema donde la IA es potente solo en entornos cerrados y exclusivos, mientras que las versiones accesibles carecen de aprendizaje avanzado y personalización profunda.



LA ERA DEL LUJO DIGITAL

Limitada evolución de la IA debido a restricciones regulatorias

En este escenario, la brecha digital ha generado una segmentación extrema en la sociedad, donde solo los usuarios con alto poder adquisitivo pueden acceder a experiencias tecnológicas avanzadas y personalizadas. Para el sector asegurador, esto significa que los seguros hiperpersonalizados están reservados para una élite con acceso a datos avanzados, mientras que la mayoría de la población sigue dependiendo de modelos de pólizas más tradicionales. La falta de interoperabilidad y la fragmentación del ecosistema tecnológico han dificultado la recolección de datos en tiempo real, limitando la capacidad de ajustar coberturas de manera más dinámica. Esto también ha generado desigualdades en la gestión del riesgo, ya que aquellos con acceso a sistemas inteligentes pueden prevenir mejor los siniestros, mientras que el resto de los usuarios enfrenta mayores incertidumbres.

Las aseguradoras que operan en el segmento prémium ofrecen productos exclusivos con análisis predictivos avanzados, mientras que las compañías enfocadas en el mercado masivo continúan con modelos convencionales, con menos diferenciación y mayor riesgo de obsolescencia.

Implicaciones

1.

Segmentación extrema del mercado entre seguros prémium personalizados y seguros estándar

Los clientes con mayor poder adquisitivo pueden acceder a seguros hiperpersonalizados, mientras que la mayoría de la población solo tiene acceso a productos estándar con pocas opciones de adaptación.

2.

Mayor diferenciación en servicios de aseguramiento basados en datos exclusivos

Las aseguradoras enfocadas en el segmento prémium pueden aprovechar datos avanzados provenientes de dispositivos inteligentes y asistentes de IA, permitiendo coberturas a medida. En cambio, el resto de los clientes recibe seguros menos optimizados.

3.

Dificultad en la integración de datos para modelos de evaluación de riesgos más precisos

La falta de interoperabilidad entre dispositivos y plataformas hace que las aseguradoras solo puedan aprovechar datos dentro de su propio ecosistema, limitando la precisión en la evaluación de riesgos.

4.

Aseguradoras tecnológicas dominan el mercado de alta gama, desplazando a las tradicionales

Las compañías aseguradoras que han logrado desarrollar ecosistemas propios y acceso exclusivo a datos de clientes premium dominan el mercado. Las aseguradoras tradicionales que no han innovado quedan fuera del segmento más rentable.

5.

Los clientes sin acceso a IA avanzada tienen seguros menos eficientes y más costosos

La desigualdad en el acceso a la tecnología crea una brecha en los costes de los seguros. Aquellos sin acceso a dispositivos inteligentes o sistemas de IA deben pagar primas más altas debido a la falta de datos que respalden una evaluación precisa de su riesgo.

ESCENARIO #4

HACIA LA UXTOPÍA

ABSTRACT

Año 2035. Interactuamos con agentes inteligentes en todos los ámbitos de la vida. Los desarrollos tecnológicos solían aportar nuevos medios para la interacción, ahora no solo han proliferado estos medios, con realidades cada vez más inmersivas, sino que además la tecnología se ha convertido en un sujeto protagonista de estas interacciones. Hay tres claves que nos han llevado a esta situación.

En primer lugar, **la adaptabilidad: en cuanto despliegas un agente, se adapta de forma inmediata al contexto.** La gran capacidad de aprendizaje y razonamiento de los modelos de IA se complementa a la perfección con la gran capacidad de los dispositivos de observar el entorno gracias a potentes sensores embebidos y de permanecer activos gracias a las baterías de larga duración. Como parte de este contexto, los agentes son capaces de adaptarse a los usuarios, personalizando su actividad y a otros agentes, permitiendo una conectividad fluida. Esta interoperabilidad ha sido impulsada por la colaboración de los actores del mercado y la exigencia de los usuarios.

Adaptados al contexto, **la segunda clave es la autonomía. Los agentes comprenden sus objetivos, razonan con qué sistemas sociales y corporativos deben interactuar y se desenvuelven con naturalidad, fluidez y precisión.** Se sigue necesitando cierta supervisión humana, en especial cuando el objetivo que se transmite requiere una elevadísima sucesión de decisiones, cuando el desarrollo de la acción conlleva consecuencias impredecibles y cuando el contexto es muy cambiante.

Por último, **el marco regulatorio: las restricciones han sido mínimas en el uso de la IA y la privacidad de los datos.** Se ha priorizado la innovación, impulsando el PIB y favoreciendo la amplia diversidad competitiva de *startups*, *Big Tech* y comunidades *open-source*. La tensión social ha aumentado por el desempleo estructural y, como respuesta, los gobiernos exploran modelos de redistribución de riqueza, como la renta básica universal financiada por impuestos a sistemas autónomos.

En definitiva, quien no tiene en su casa gafas de realidad aumentada y virtual, robots o *wearables* es porque no quiere. Hoy en día, llevar puestos dispositivos de IA se han convertido en algo tan común como llevar unos pendientes o una bufanda. Como en cualquier ámbito, existen marcas más caras y otras más baratas, pero casi todo el mundo puede permitirse comprar y utilizar dispositivos y sistemas IA más competentes.



ESCENARIO #4

HACIA LA UXTOPÍA

Este escenario representa **la integración total de la inteligencia artificial en la vida cotidiana**, con agentes inteligentes que actúan de manera autónoma en la mayoría de las interacciones. La tecnología ha logrado un alto nivel de adaptabilidad, permitiendo que las experiencias sean fluidas, personalizadas y eficientes.

Los dispositivos avanzados se han vuelto ubicuos y accesibles, con interfaces invisibles y multimodales que se integran en el entorno sin fricciones. La regulación ha sido permisiva, impulsando la innovación y asegurando que la automatización beneficie a toda la población.

HACIA LA UXTOPÍA

Claves

♦ IA autónoma y ubicua

Los agentes inteligentes operan con mínima intervención humana, gestionando tareas y optimizando procesos. La automatización total ha redefinido la interacción, eliminando la fricción en la experiencia digital.

♦ Interoperabilidad total y fluida

La conectividad entre dispositivos y sistemas permite una integración sin barreras. Los usuarios experimentan interacciones naturales y sin interrupciones.

♦ Experiencia ultra-personalizada

La IA anticipa necesidades y optimiza interacciones en tiempo real. La personalización es tan avanzada que la tecnología se vuelve prácticamente invisible en la vida diaria.

♦ Dispositivos invisibles y conectados al entorno

La interacción con la tecnología ya no requiere dispositivos visibles, ya que muchos sistemas están embebidos en el entorno y activados de manera pasiva por los usuarios. La computación ambiental permite interacciones automáticas sin necesidad de activación manual, generando una experiencia sin fricciones.

♦ Cambio en la dinámica de la interacción humana

Las interacciones banales o transaccionales han desaparecido, dejando espacio para interacciones humanas más significativas, como la creatividad, la socialización y la toma de decisiones estratégicas. La tecnología complementa la interacción humana en lugar de reemplazarla, funcionando como un facilitador que elimina fricciones en la comunicación y el acceso a la información.



ESCENARIO #4

HACIA LA UXTOPÍA

Cambio en la dinámica de la interacción humana

Este escenario representa el **máximo nivel de integración de la inteligencia artificial en la vida cotidiana**, con agentes inteligentes altamente autónomos que gestionan la mayoría de las interacciones.

En este contexto, **el sector asegurador ha evolucionado de manera radical hacia modelos de prevención y personalización absoluta**. Los datos en tiempo real permiten que las primas de seguros se ajusten de manera dinámica según el comportamiento y contexto del usuario. La automatización total ha eliminado la necesidad de agentes humanos en la mayoría de los procesos, con asistentes de IA gestionando la contratación, reclamaciones y servicio al cliente de manera eficiente. La interoperabilidad completa entre dispositivos y servicios ha facilitado la recopilación de datos contextuales, permitiendo que las aseguradoras prevengan riesgos antes de que ocurran. Sin embargo, esta hiperconectividad también plantea desafíos regulatorios y éticos, en especial en la privacidad de los datos y el posible sesgo en la asignación de coberturas. En este escenario, las aseguradoras que han sabido adaptarse a la nueva era digital dominan el mercado, mientras que las que han mantenido modelos tradicionales han desaparecido.

Implicaciones

1.

Evolución hacia modelos preventivos de aseguramiento basados en datos en tiempo real

Las aseguradoras han pasado de modelos reactivos a modelos predictivos, utilizando IA avanzada para prevenir incidentes antes que ocurran. Esto ha reducido la cantidad de reclamaciones y permitido ofrecer primas más ajustadas a los asegurados.

2.

Primas dinámicas que se ajustan automáticamente según el comportamiento del asegurado

Gracias a la integración total de datos de salud, movilidad y hábitos de vida, las primas pueden modificarse en tiempo real según el nivel de riesgo de cada usuario. Esto crea un modelo mucho más justo y adaptable.

3.

Automatización total de procesos, eliminando casi por completo la intervención humana

Los agentes de IA gestionan suscripciones, reclamaciones y consultas sin necesidad de intervención humana en la mayoría de los casos. Esto reduce costes operativos y mejora la velocidad de respuesta.

4.

Uso de agentes inteligentes para la gestión integral de seguros

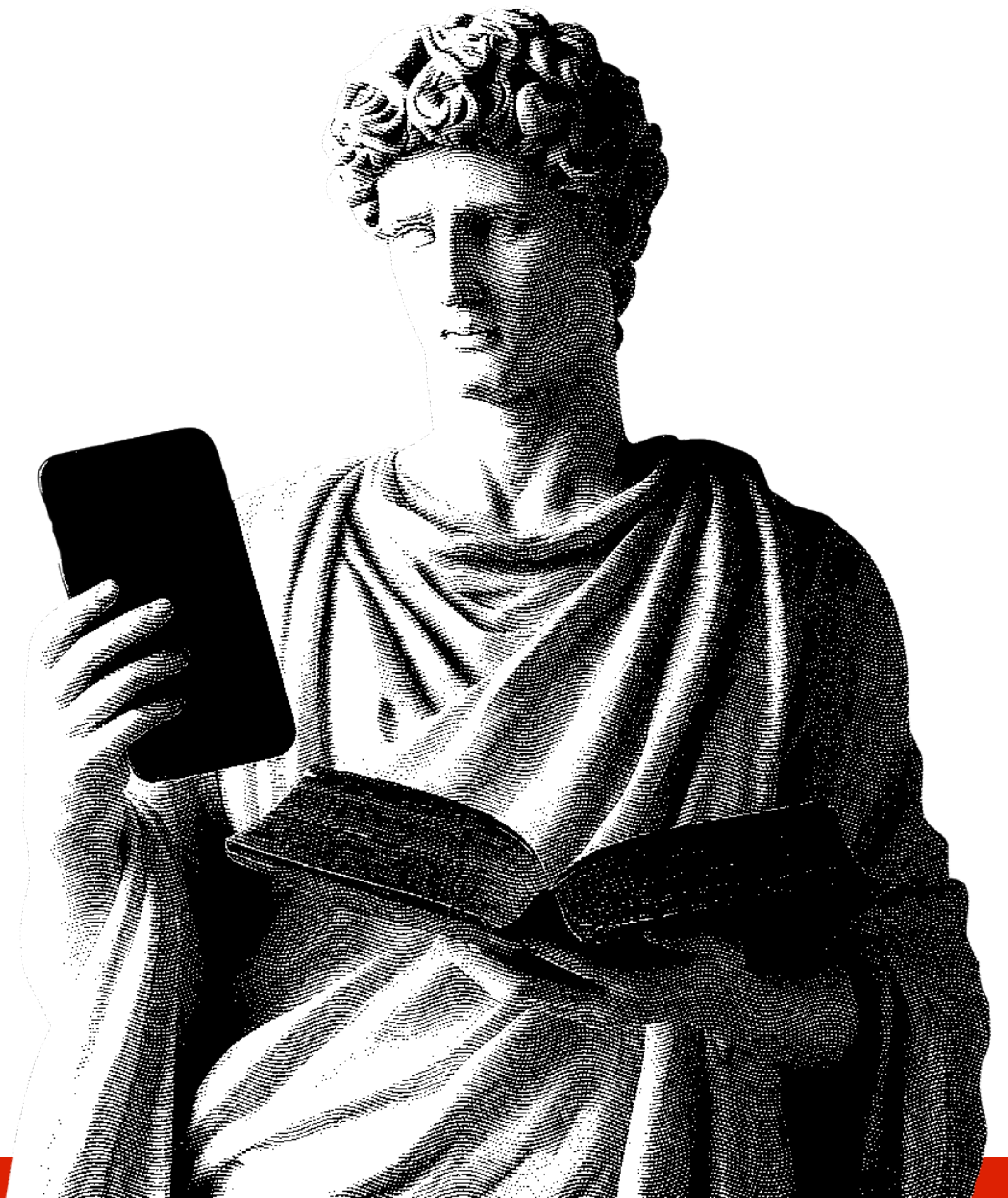
Los clientes interactúan con aseguradoras a través de asistentes inteligentes que pueden gestionar múltiples aspectos de sus pólizas, desde la contratación hasta la actualización de coberturas en función de cambios en su vida.

5.

Desafíos en privacidad y regulación debido a la hiperconectividad y uso masivo de datos

El uso masivo de datos personales en tiempo real plantea retos éticos y regulatorios. La necesidad de garantizar la privacidad y seguridad de la información de los asegurados se convierte en una prioridad para evitar abusos en la fijación de primas y coberturas.

IMPLICACIONES PARA EL SECTOR ASEGURADOR



IMPLICACIONES (I/II)

Para cada uno de los escenarios se han analizado implicaciones de manera individual, y posteriormente se han identificado elementos comunes a todos, **permitiendo acotar la incertidumbre a la cual nos enfrentamos.**

De este análisis se concluye que el **sector asegurador** se enfrenta ante un contexto con determinados elementos que irán intensificándose con el paso del tiempo:

Cientes más exigentes que nunca con la interacción

Los clientes, habituados a recibir información curada, delegar tareas tediosas, interactuar a través de múltiples dispositivos y obtener respuestas inmediatas, elevarán sus expectativas hacia las aseguradoras. Demandarán una interacción más conveniente, fluida, multimodal y multidispositivo, en línea con lo que ya experimentan en otros sectores o ámbitos.

Aumento en la automatización en todo lo que sea transaccional

Los clientes exigirán una reducción de la intervención humana en procesos puramente transaccionales de valor medio o bajo dentro del sector asegurador. Todo aquello que pueda resolverse de forma automática —e incluso de manera transparente y sin fricción— será percibido como el nuevo estándar.

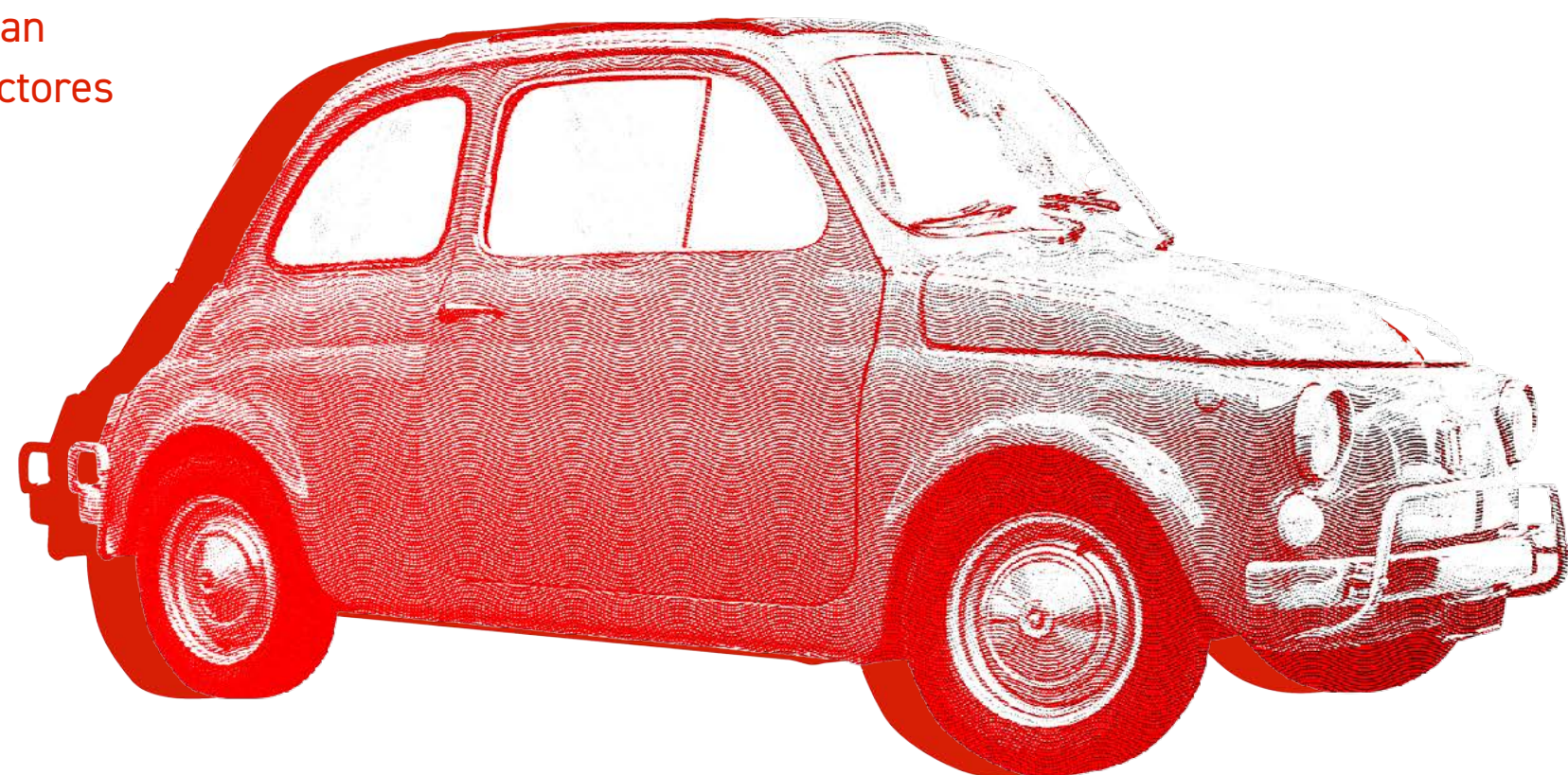
Interacciones humanas en los momentos clave

En un entorno dominado por la interacción con máquinas (y entre máquinas) y por transacciones automatizadas, la interacción humano-humano se reservará para momentos clave del cliente.

En situaciones con alta carga psicológica o emocional, que requieran explicaciones complejas y un alto grado de empatía, la atención humana será imprescindible. Por ello, será esencial identificar estos momentos críticos y definir mecanismos adecuados para asignar el canal y la forma de interacción más apropiados para cada persona y cada situación.

Redefinición de los espacios físicos y digitales

Las aseguradoras deberán mantenerse visibles, accesibles y relevantes tanto en entornos digitales como físicos. Para lograrlo, será necesario comprender cuándo, dónde y cómo estar presentes, así como qué ofrecer en cada espacio, teniendo en cuenta las preferencias de consumo de los clientes y la convivencia de distintas generaciones.



SECTOR ASEGURADOR

IMPLICACIONES (II/II)

Para cada uno de los escenarios se han analizado implicaciones de manera individual, y posteriormente se han identificado elementos comunes a todos, **permitiendo acotar la incertidumbre a la cual nos enfrentamos.**

De este análisis se concluye que el **sector asegurador** se enfrenta ante un contexto con determinados elementos que irán intensificándose con el paso del tiempo:

Interacción con asistentes inteligentes

Los agentes de IA, tanto personales como corporativos, ya han irrumpido en nuestras vidas. Las herramientas de IA generativa están siendo adoptadas de forma rápida y natural por particulares y empresas, y empiezan a percibirse cambios, aunque aún de manera sutil.

Por ejemplo, ya está cambiando la forma en que buscamos información y cómo se nos presenta. Estos nuevos motores de búsqueda seguirán evolucionando hasta consolidarse como canal principal, en detrimento de webs y aplicaciones tradicionales.

A medida que su autonomía aumente, los usuarios podrán delegar en ellos acciones como la renovación o cancelación de un seguro, lo que puede llevar a situaciones en las que las empresas estén interactuando con una máquina que actúa en nombre del cliente.

Reconfiguración de la cadena de valor

El impacto de los asistentes inteligentes en la relación con el cliente, junto con el auge del seguro embebido en plataformas de orquestación^[1], provocará transformaciones en la cadena de valor. Esto afectará directamente a las dinámicas de interacción entre las compañías y sus usuarios o clientes.



Hiperconocimiento del cliente

La creciente disponibilidad de datos generada por asistentes y dispositivos avanzados, junto con la capacidad de integrarlos, interpretarlos y contextualizarlos, permitirá alcanzar una visión del cliente sin precedentes. Para ello, resultan esenciales tanto el acceso a esos datos convenientemente tratados como las capacidades de análisis avanzado.

Los actores que puedan interactuar directamente con el cliente serán quienes capten su información. Por ello, es imprescindible consolidar un ecosistema sólido de actores capaces de gestionar adecuadamente los datos y de preservar los intereses de los clientes.

Mayor conciencia por la seguridad

El incremento en el uso de los datos y en las interacciones automatizadas generará una mayor concienciación en los usuarios acerca de los riesgos de su compartición, lo que intensificará la tensión entre la personalización de servicios y la protección de la privacidad.

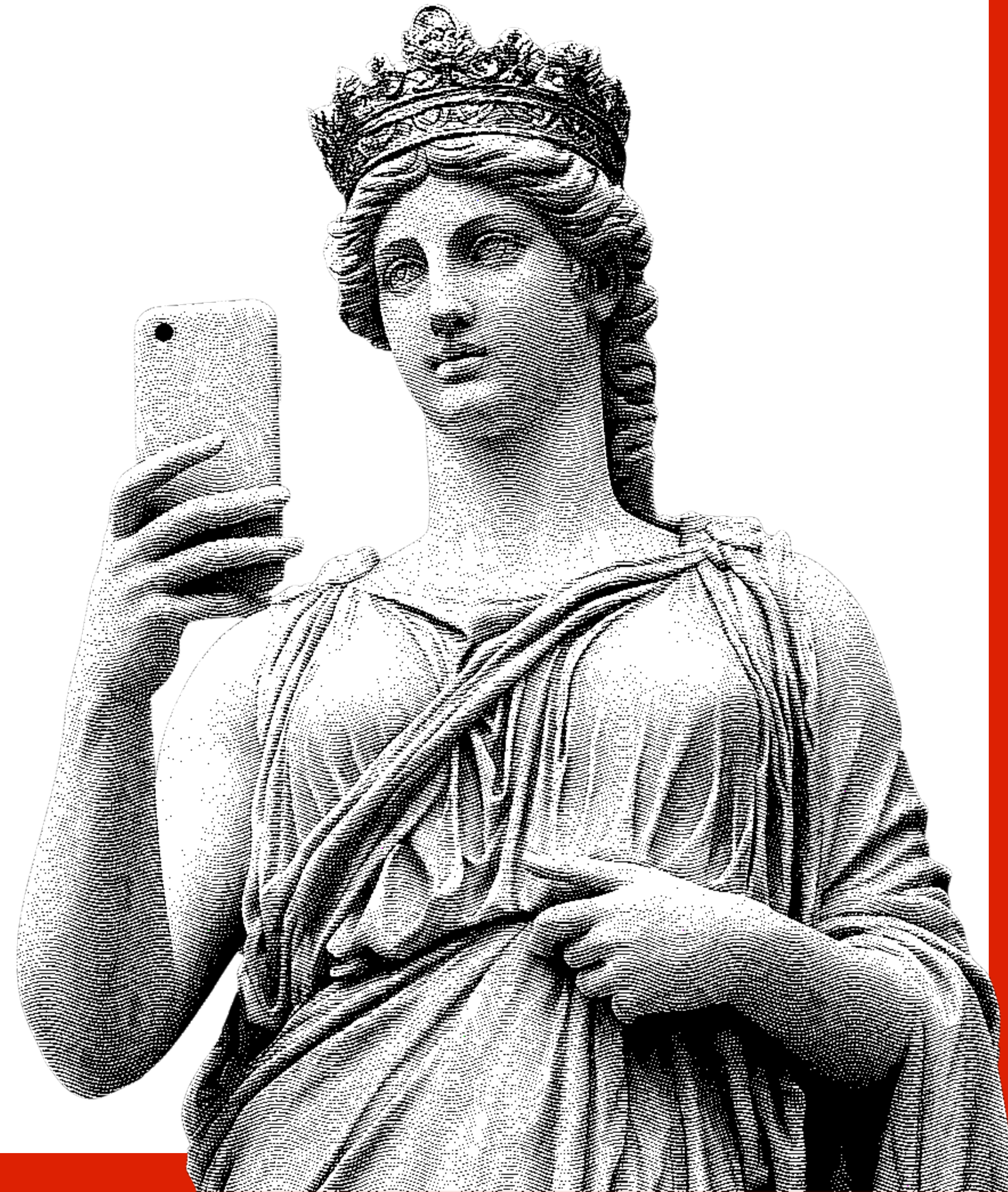
Esta sensibilidad creciente en torno a la seguridad y la privacidad —tanto por parte de empresas como de particulares—, unida al repunte de fraudes y ciberataques, alimentará una desconfianza generalizada por parte de los consumidores.

En este contexto, las aseguradoras debemos centrar nuestros esfuerzos en ofrecer garantías de confianza y seguridad que respondan a estas nuevas inquietudes

[1] Plataforma tecnológica de seguros integrados que normalmente conectan socios de distribución front-end con las compañías de seguros del back-end.

SECTOR ASEGURADOR

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

El futuro de la interacción, y el impacto que tengan todos los cambios aquí analizados, dependerá en gran medida de **la capacidad de las aseguradoras para adaptarse tanto a las tendencias tecnológicas como a las expectativas de clientes de todas las generaciones.**

Será necesario implementar estrategias que **mejoren la experiencia del cliente**, acercándola a los estándares a los que ya están acostumbrados en otros sectores y segmentos.

Para ello, las aseguradoras debemos intensificar nuestros esfuerzos en:

1 Entender las necesidades y preferencias de los clientes adaptándonos a nuevos canales, facilitando la multimodalidad y garantizando una experiencia conveniente y fluida que integre los mundos físico y digital de forma accesible para todo el mundo.

2 Redefinir todos los procesos necesarios y adaptar nuestros modelos operativos para poder ofrecer a nuestros asegurados el mejor servicio, experiencia e interacción posibles.

3 Establecer alianzas adecuadas con socios tecnológicos para poder adaptarnos de forma ágil y segura a las nuevas tendencias.

4 Fortalecer los fundamentos tecnológicos esenciales —como las capacidades en datos, la ciberseguridad, la prevención del fraude y la interoperabilidad—, que son habilitadores clave para transformar la interacción.

5 Aumentar las capacidades de nuestros empleados para garantizar una interacción excelente. Aunque esta se apoyará en tecnología cuando sea necesario, el foco es y será diseñar y ofrecer productos y servicios cada vez más adaptados a las necesidades de cada persona.

CONCLUSIONES





Este documento ha sido elaborado por MAPFRE con el único fin de impulsar el debate y hacer una radiografía plausible sobre cómo podría darse el futuro de la interacción y su impacto en la vida cotidiana, las empresas y la economía. Toda la información, referencias y ejemplos se exponen de buena fe y sin fines comerciales. Las imágenes incorporadas en este informe han sido elaboradas con herramientas de IA Generativa.