

ENCUENTRO EXPANSIÓN-ECOFIN

La tecnología revoluciona el negocio de los seguros de salud

FUTURO/ La innovación es clave para la transformación de las aseguradoras, en especial ante los retos que se presentan para el mundo de la sanidad, encabezados por el envejecimiento de la población.

Jesús de las Casas. Madrid

La tecnología, con innovaciones como la teleasistencia, continúa con su desembarco en el mundo de los seguros. Su impacto ya ha iniciado una profunda transformación del negocio de las aseguradoras, que se apoyan en soluciones de este tipo para dar respuesta a los principales desafíos que condicionan el futuro de la sanidad en España: el envejecimiento de la población, la concentración hospitalaria y la colaboración público-privada.

Así, “el seguro de salud debe apostar por las nuevas tecnologías para afrontar el reto del envejecimiento”, trasladó Rafael Sierra, director de SegurosNews.com. En la misma línea se pronunciaron los distintos expertos que participaron en el *Observatorio sobre el seguro de salud 2019: El seguro de salud frente a los retos tecnológicos y demográficos*, organizado por EXPANSIÓN con el patrocinio de Foro Ecofin.

Dinámica positiva

Pese a los altibajos en la economía global, el sector de los seguros de salud mantiene su dinámica de crecimiento. “En un entorno de inflación en los costes, estamos siendo capaces de competir y tener un precio hipercompetitivo para las prestaciones que damos, mucho más que en los países de nuestro entorno teniendo en cuenta que damos servicios de cobertura completa”, manifestó Pedro Orbe, director general comercial de DKV Seguros.

De este modo, “estamos en un ramo que podríamos definir como privilegiado –que crece más que la media del sector– y atractivo porque siguen llegando nuevos entrantes”, indicó Jaime Ortiz, director comercial y de márketing de Asisa.



De izq. a dcha.: Rafael Sierra, director de SegurosNews.com; Jaime Ortiz, director comercial y de márketing de Asisa; Pedro Orbe, director general comercial de DKV Seguros; Salvador Molina, presidente de Foro Ecofin; Alicia Sánchez, directora del área asistencial de SegurCaixa Adeslas; y Francisco Calderón Ayala, director de desarrollo del negocio de salud de Mapfre.

keting de Asisa. En este sentido, “la tecnología es importante por los desarrollos que hacemos en el sector hospitalario; nuestro grupo apuesta de forma clara por invertir y desarrollar sus propios centros”, dijo el responsable de Asisa, aunque reconoció que quizá los precios aún no se han adaptado al incremento de los costes que implica la innovación.

En particular, “la tecnología cambia en gran medida la manera en que nos relacionamos con los clientes”, aseveró Francisco Calderón Ayala, director de desarrollo del negocio de salud de Mapfre. Así, se refirió a la irrupción de nuevos modelos de relación con el cliente, co-

Pese a los altibajos económicos, los seguros de salud prolongan su tendencia creciente

mo los *chatbots* y las videoconsultas. Si antes la relación se orientaba en una única dirección, estas nuevas soluciones implican que la comunicación se ha vuelto bidireccional.

“La digitalización nos concede muchas oportunidades en la gestión del cliente, de cara a tener un diálogo muy directo”, apuntó Alicia Sánchez, directora del área asistencial de SegurCaixa Adeslas. No obstante, las ventajas

La aplicación de nuevas soluciones a la sanidad permitirá que las aseguradoras reduzcan costes

de la innovación no se detienen ahí. Las aseguradoras tienen la oportunidad de “aplicar la tecnología a la gestión y la eficiencia de los propios procesos, además de facilitar los procesos administrativos con los proveedores”, señaló Sánchez.

Al mismo tiempo, las compañías han comenzado a lanzar nuevos servicios de salud asegurados no a través del seguro, sino por medio de plataformas de carácter más

asequible y con unos parámetros acotados. Así, Calderón explicó que hace unos meses Mapfre lanzó Savia, una plataforma digital que acompaña al usuario en la gestión de su salud. Por ejemplo, esta solución permite consultar a un médico desde el móvil en cualquier momento.

Costes

Por otra parte, “en el mundo de los seguros está ocurriendo algo que antes había pasado en la banca: la telemedicina y la teleasistencia están llamadas a evitar muchos costes a las aseguradoras”, recaló Salvador Molina, presidente de Foro Ecofin. La inversión que las compa-

CRECIMIENTO

Los **seguros de salud** crecieron un **4%** en el primer semestre del año y facturaron más de 4.400 millones de euros, según datos de Icea y Unespa.

ñas deben abordar para integrar estas soluciones podría retornar con un descenso de los costes de la asistencia sanitaria.

No obstante, los expertos incidieron en que esta evolución debe producirse de forma natural. “El factor generacional influye en muchos sentidos: gran parte de los asegurados desea seguir relacionándose con el médico porque consideran que una consulta debe ser *in situ*”, comentó Jaime Ortiz.

Confianza

En síntesis, “la relación entre el médico y el paciente es muy importante y quizá todavía no estemos preparados para manejar un contacto totalmente online, porque la generación de confianza es fundamental”, afirmó Francisco Calderón.

Por lo tanto, “el éxito está en hacer convivir el mundo digital y el físico, porque nunca será posible sustituir la relación médico-paciente pero sí racionalizarla”, dijo Pedro Orbe. Asimismo, el responsable de DKV Seguros hizo énfasis en que gran parte de la inversión reciente de la entidad se ha destinado al desarrollo de un ecosistema de medicina digital, enfocado sobre todo a la promoción de la prevención en salud.

Por último, Alicia Sánchez, directora del área asistencial de SegurCaixa Adeslas, subrayó que “la clave es comprender el rol del médico en ese ecosistema, porque su colaboración es esencial para estos temas”. Por ello, el principal reto es proporcionar propuestas a los profesionales que faciliten la integración en su actividad clínica habitual de las soluciones que demuestran su utilidad en determinados casos de uso.

RAFAEL SIERRA
Director de SegurosNews.com

“El seguro de salud debe apostar por las nuevas tecnologías para afrontar el reto del envejecimiento”

JAIME ORTIZ
Director comercial y de márketing de Asisa

Muchos asegurados consideran que una consulta con el médico debe ser ‘in situ’: el factor generacional influye”

PEDRO ORBE
Director general comercial de DKV Seguros

El mundo digital debe convivir con el físico: la relación entre médico y paciente no se sustituye, pero sí se racionaliza”

SALVADOR MOLINA
Presidente de Foro Ecofin

La telemedicina y la teleasistencia están llamadas a evitar muchos costes a las aseguradoras”

ALICIA SÁNCHEZ
Directora del área asistencial de SegurCaixa Adeslas

Comprender el rol del médico en este ecosistema de innovación es clave, porque su colaboración es esencial”

FRANCISCO CALDERÓN
Director de desarrollo del negocio de salud de Mapfre

La tecnología cambia la manera en que nos relacionamos con los clientes, con los ‘chatbots’ y las videoconsultas”