

AACS
.org.ar



cessi



Transformación digital en compañías de seguros – 4ta. edición

Octubre 2025



Propósito conjunto AACS y CESSI

Crear un Índice de Maduración Digital que permita impulsar la aceleración de los procesos digitales y culturales del ecosistema asegurador.

Lograr una mayor agilidad, disponibilidad de la información 7x24, permitiendo generar una alta satisfacción en la industria de seguros.

El relevamiento de esta edición incorpora el análisis del alcance de las inversiones y la adopción de IA en los procesos de negocio, profundizando en su impacto en la eficiencia y evolución del sector.



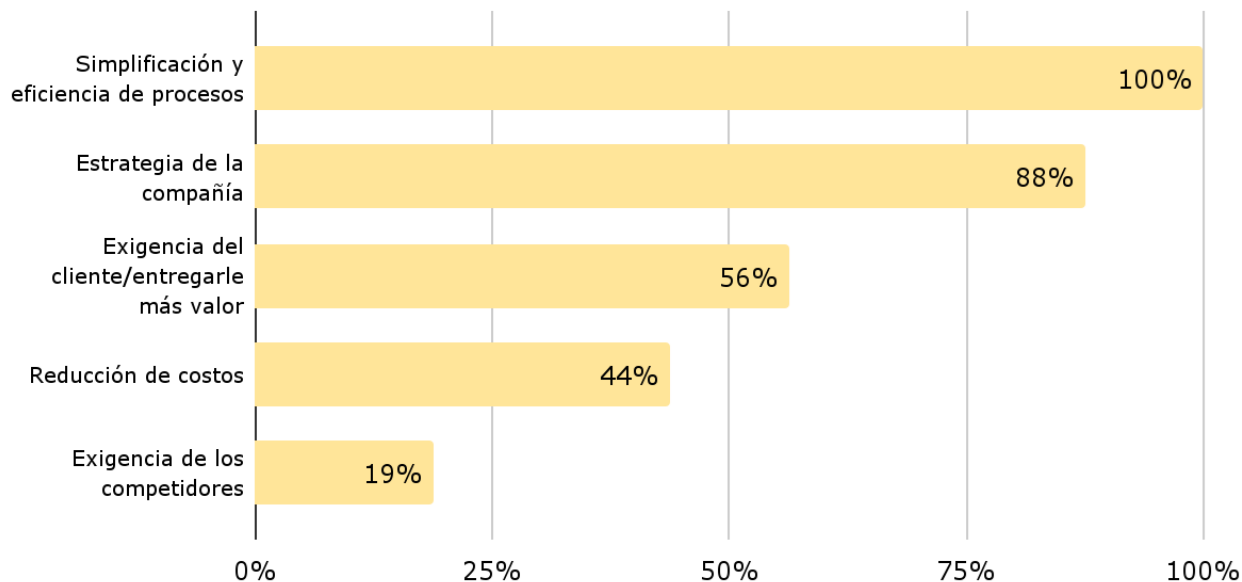
4º encuesta AACS – CESSI

- Las empresas participantes del índice, en primas emitidas representan el **X%** del total del mercado (sin ART).
- La información presentada consta de dos partes:
 1. Gráficos con la distribución de las empresas para preguntas referidas a estrategia y canales digitales, ciberseguridad e IA.
 2. Gráficos con los niveles de madurez digital de acuerdo a 5 dimensiones: estructura operacional, plataforma digital, marco de responsabilidades, plataforma de desarrollo externo y visión compartida del cliente.

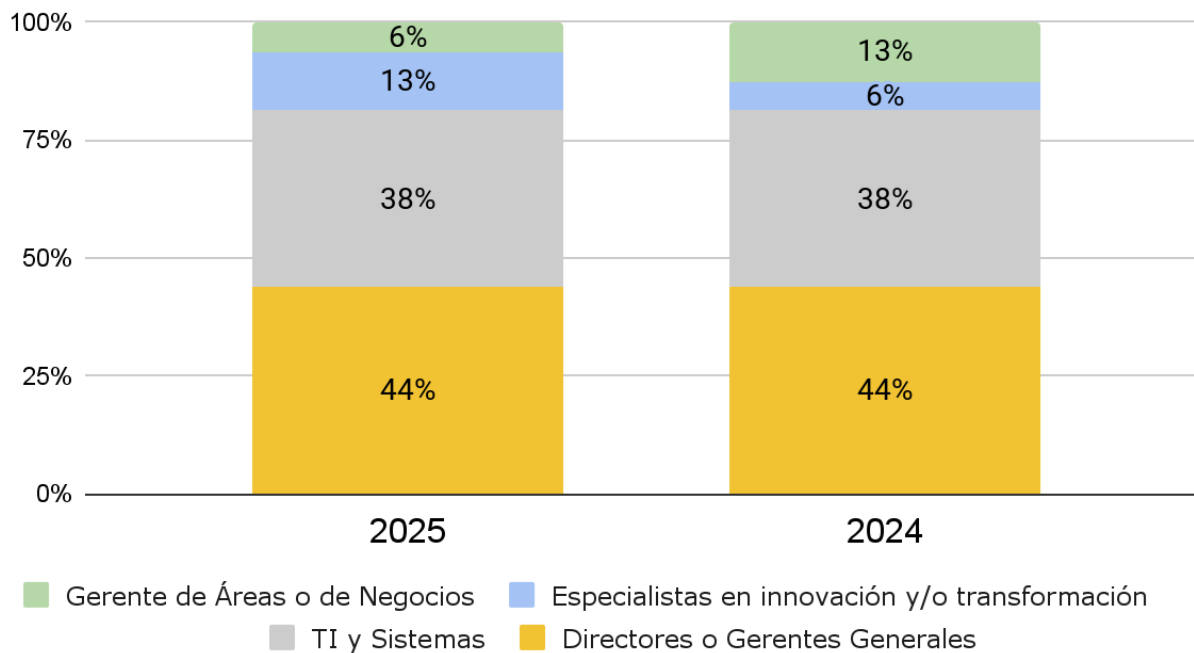
ÍNDICE

- **Estrategia digital**
- **Ciberseguridad**
- **Inteligencia Artificial**
- **Canales digitales**
- **5 dimensiones para la transformación digital:** estructura operacional, plataforma digital, marco de responsabilidades, plataforma de desarrollo externo y visión compartida del cliente.

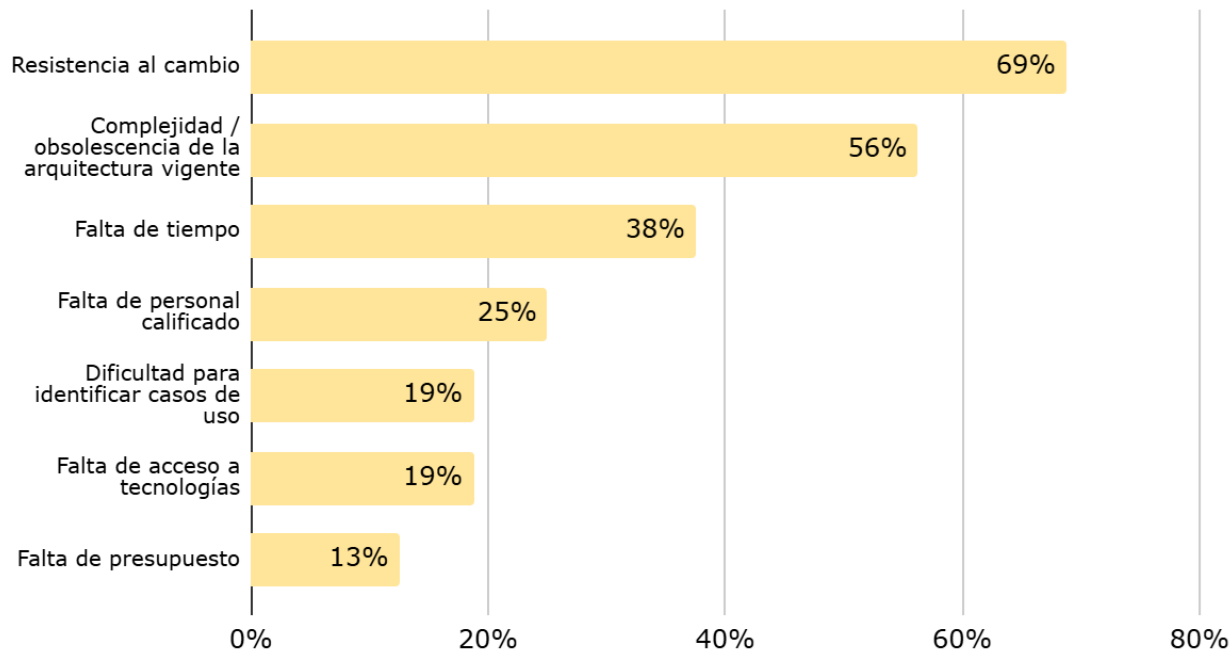
Principales razones para haber iniciado la transformación digital



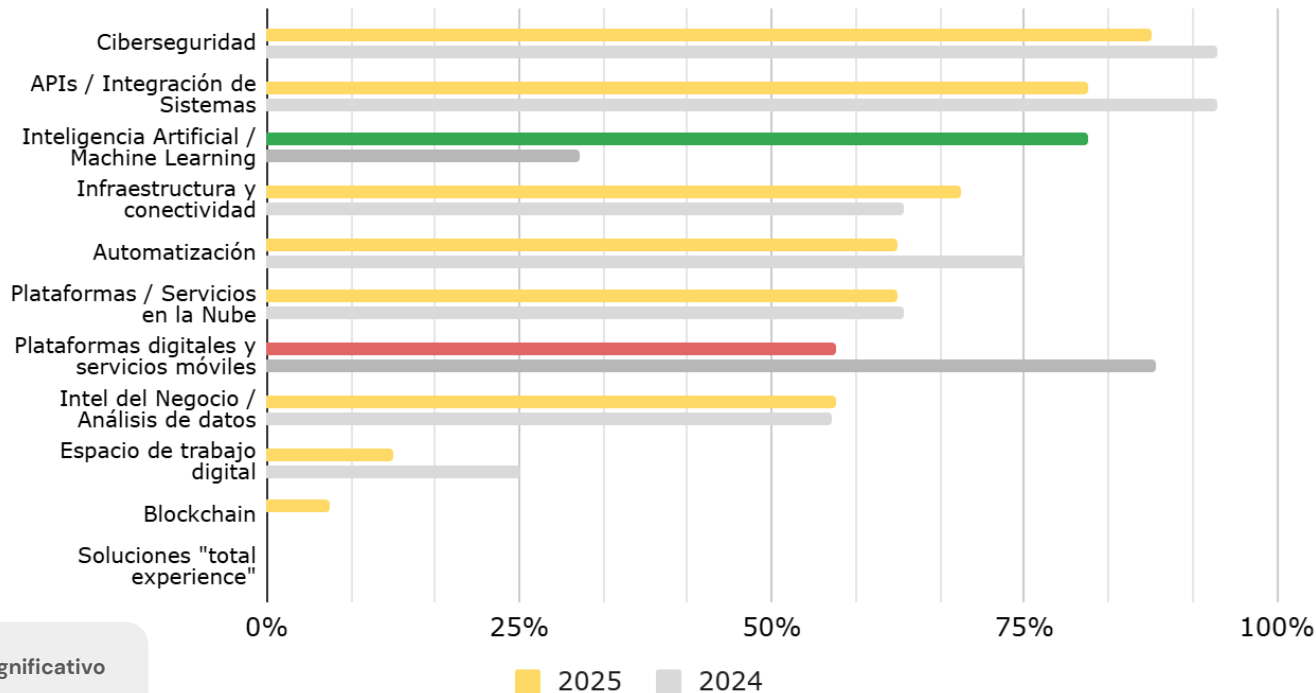
¿Quién lidera la transformación digital en la empresa?



Principales limitaciones para la transformación digital



Áreas de inversión para la transformación digital



Incremento más significativo

Disminución más significativa

2025 2024

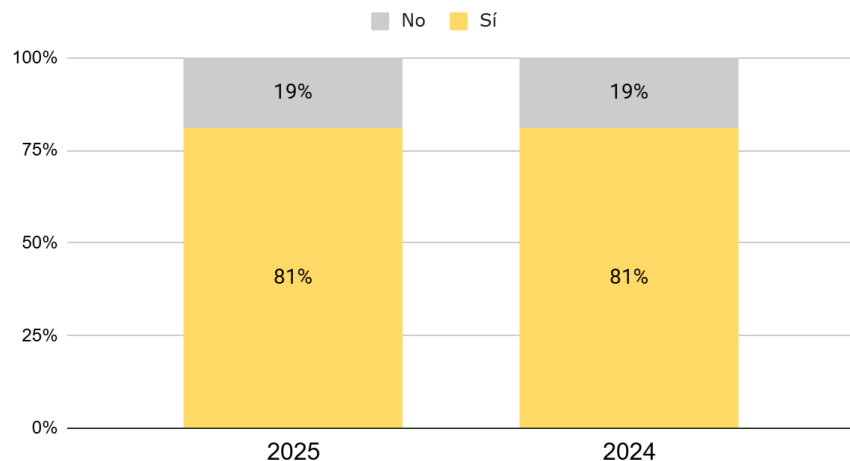
La **estrategia digital** de las empresas de seguros presenta una serie de características bien definidas:

- La mayoría de las empresas (88%) la considera una **estrategia propia de la empresa**, y todas coinciden en que el **principal objetivo es simplificar procesos y volverlos más eficientes**. Factores de agentes externos, como la exigencia de clientes (56%) o de los competidores (19%), no se plantean como razones tan relevantes.
- La transformación digital está liderada principalmente por los **directores o gerentes generales de las empresas (44%)** o bien por las **áreas de IT (38%)**.
- Las **principales limitaciones** responden más a una **cuestión actitudinal** (resistencia al cambio, falta de tiempo) o bien a la **obsolescencia de la arquitectura vigente** que a falta de recursos (de personal, presupuesto).
- La **ciberseguridad** y la **integración de sistemas/APIs** siguen siendo las principales áreas de inversión en cuanto a transformación digital, pero en el último año se **dispararon las inversiones en IA (81% de las empresas contra solo el 31% un año atrás)** y se redujeron las inversiones en plataformas digitales.

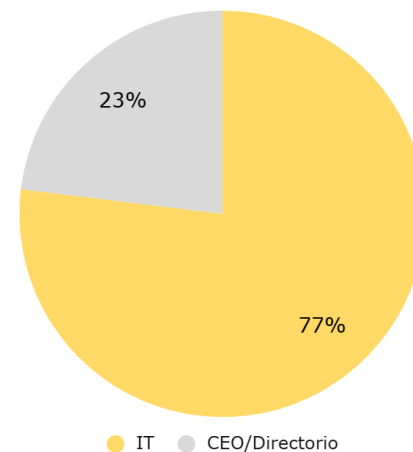
ÍNDICE

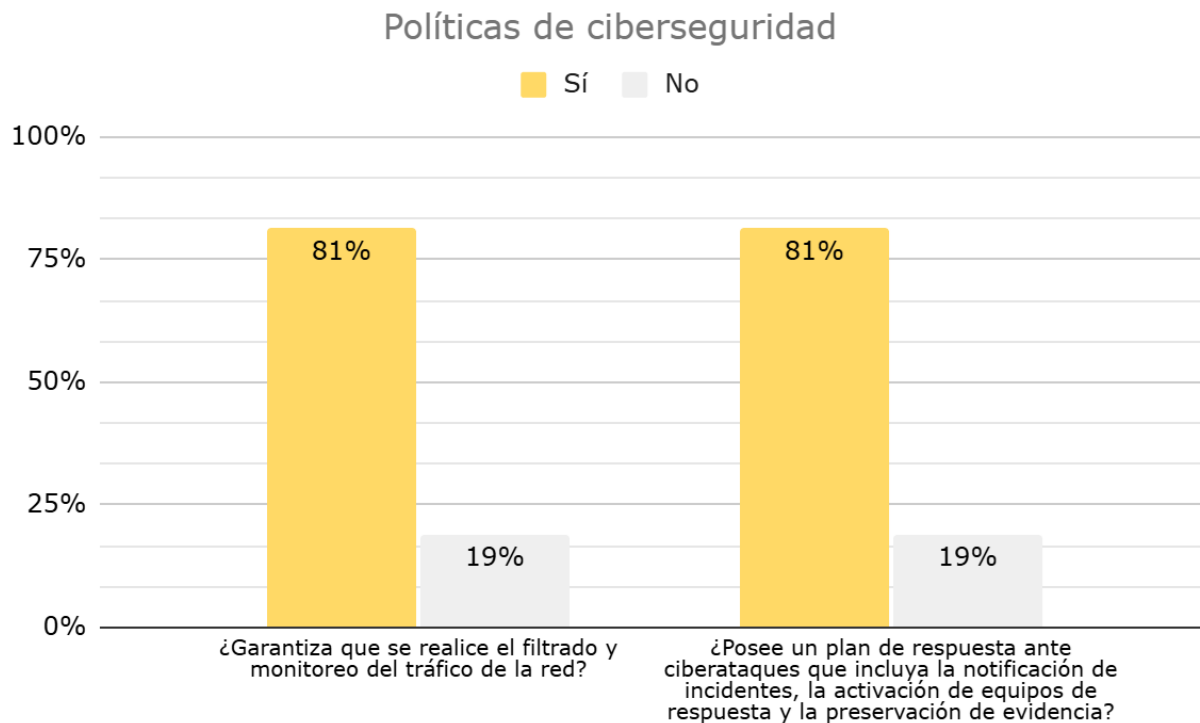
- Estrategia digital
- Ciberseguridad
- Inteligencia Artificial
- Canales digitales
- 5 dimensiones para la transformación digital: estructura operacional, plataforma digital, marco de responsabilidades, plataforma de desarrollo externo y visión compartida del cliente.

¿Cuenta con un área específica de ciberseguridad?



¿De quién depende el área de ciberseguridad?





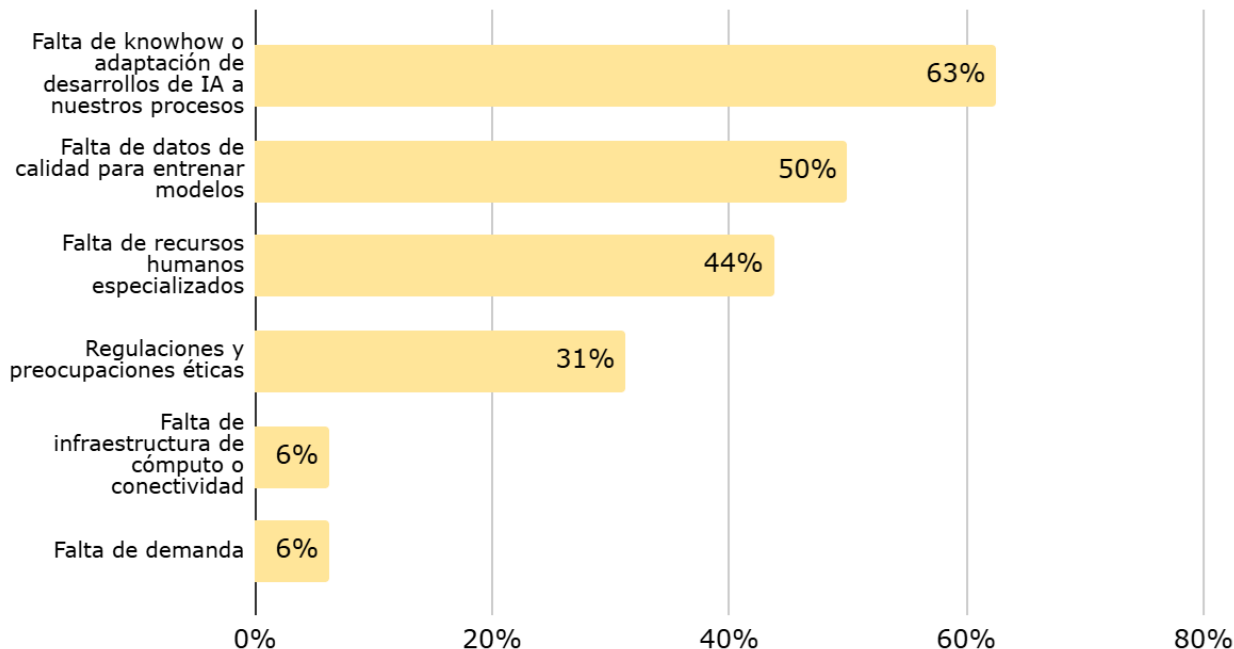
La ciberseguridad es un elemento central de la estrategia digital:

- El 81% de las empresas cuenta con un área específica de ciberseguridad, o al menos ha realizado inversiones al respecto (88%).
- En el 77% de las empresas las áreas de ciberseguridad dependen directamente de los CEOs o directores.
- La amplia mayoría de las empresas (81%) garantiza el filtrado y monitoreo del tráfico en red y también posee un plan de respuesta ante ciberataques que incluye la notificación de incidentes, la activación de equipos de respuesta y la preservación de evidencia.

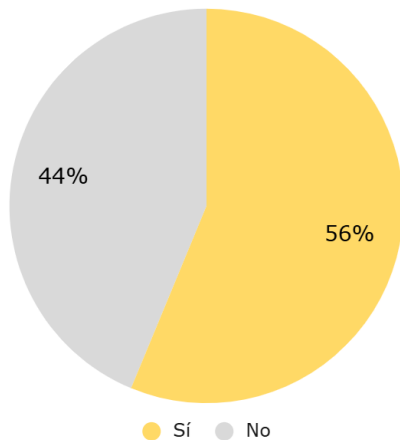
ÍNDICE

- Estrategia digital
- Ciberseguridad
- Inteligencia Artificial
- Canales digitales
- 5 dimensiones para la transformación digital: estructura operacional, plataforma digital, marco de responsabilidades, plataforma de desarrollo externo y visión compartida del cliente.

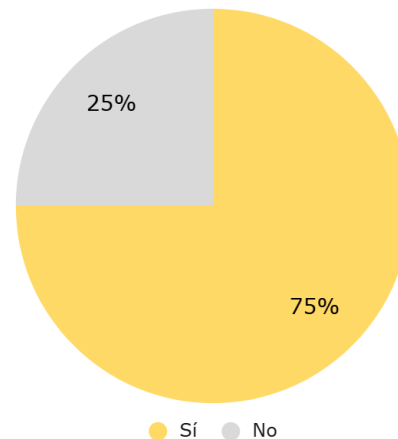
Principales desafíos en la adopción de IA



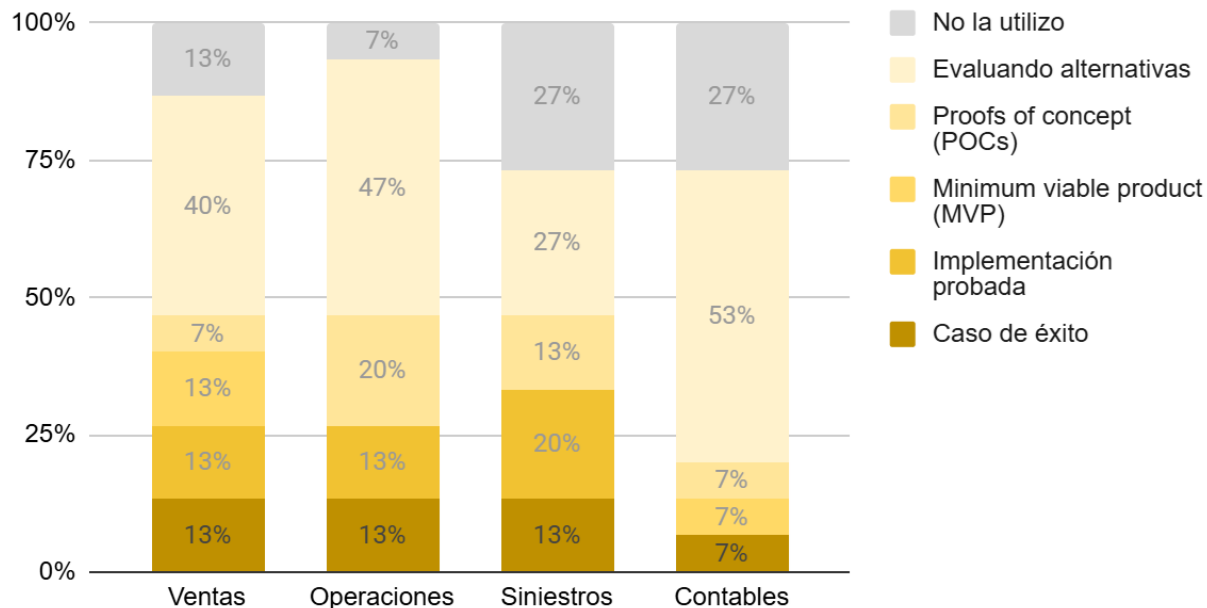
¿Dispone de políticas y procedimientos de gobierno en IA?



¿Se habilitó al personal a utilizar IA a nivel operacional?



¿Qué nivel de adopción de IA alcanzó para los distintos procesos de la empresa?



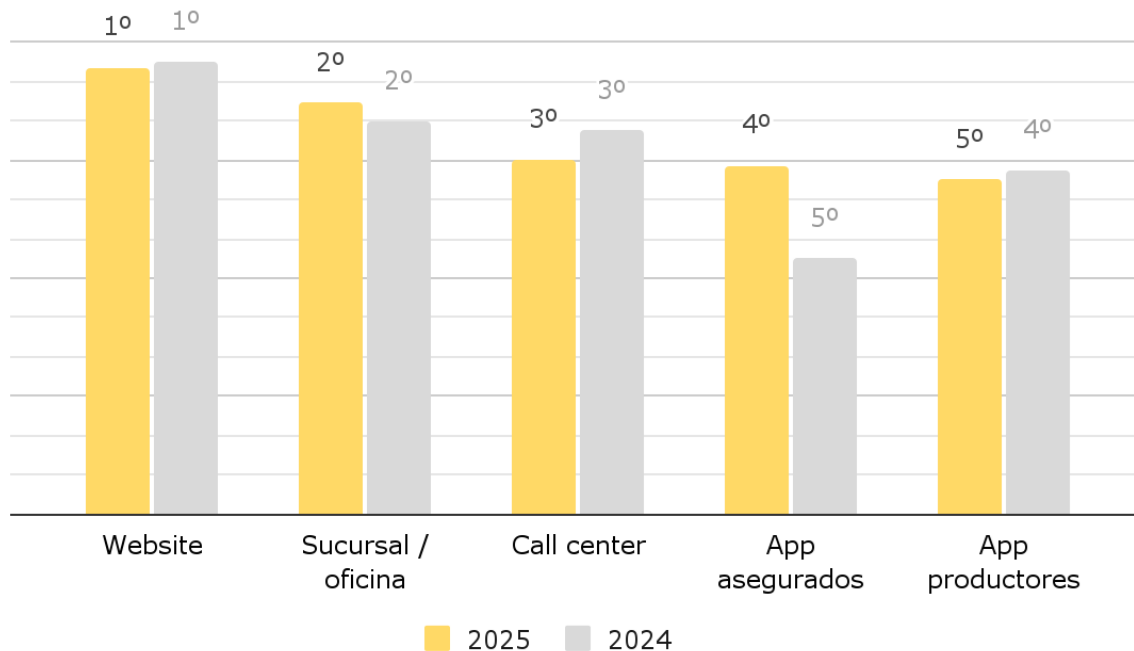
A partir de que el 81% de las empresas declaró haber invertido en inteligencia artificial en el último año, se corrobora que la IA se ha configurado como un factor central de la estrategia digital también en el sector de seguros.

- Como **principales desafíos** o dificultades para su implementación, se señalan factores vinculados a las capacidades de las propias empresas, como el **knowhow** para adoptarla a procesos (63%), la **calidad de los datos** para entrenarla (50%) e incluso la falta de recursos especializados (41%).
- Más de la mitad de las empresas (56%) ya ha **adoptado políticas y procedimientos** en IA, y una cantidad mayor (75%) ha **habilitado a su personal a utilizarla a nivel operacional**.
- Más de un cuarto de las empresas ya cuenta con casos de éxito o al menos de **implementación probada** en procesos de ventas, operaciones y siniestros, estando más relegada su implementación en procesos contables.

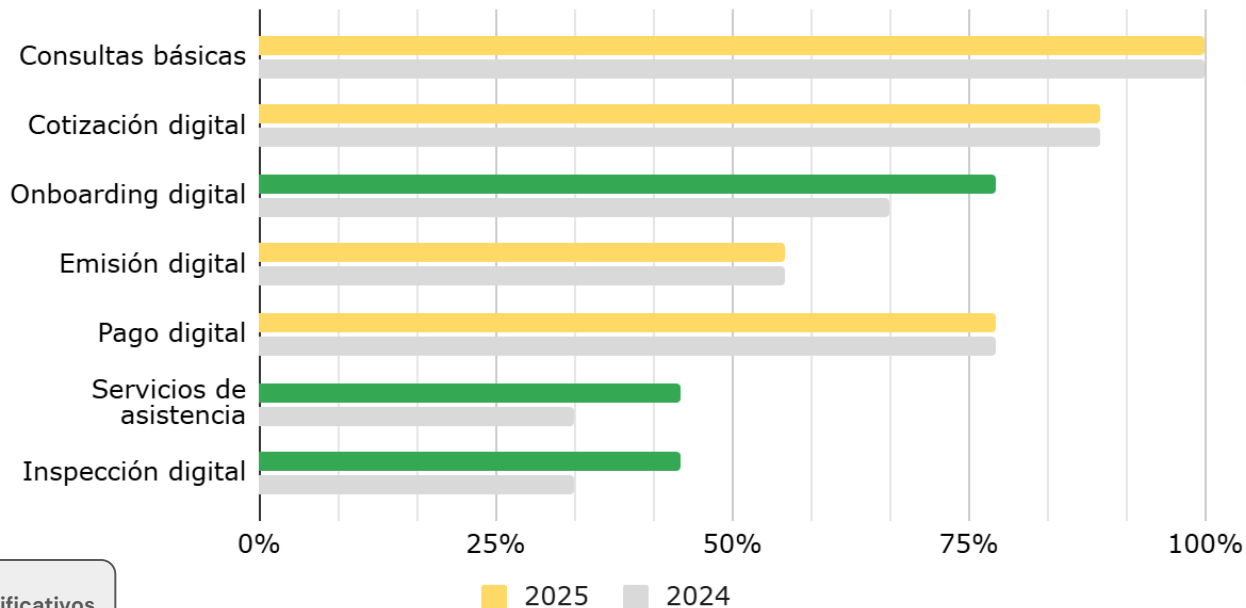
ÍNDICE

- Estrategia digital
- Ciberseguridad
- Inteligencia Artificial
- Canales digitales
- 5 dimensiones para la transformación digital: estructura operacional, plataforma digital, marco de responsabilidades, plataforma de desarrollo externo y visión compartida del cliente.

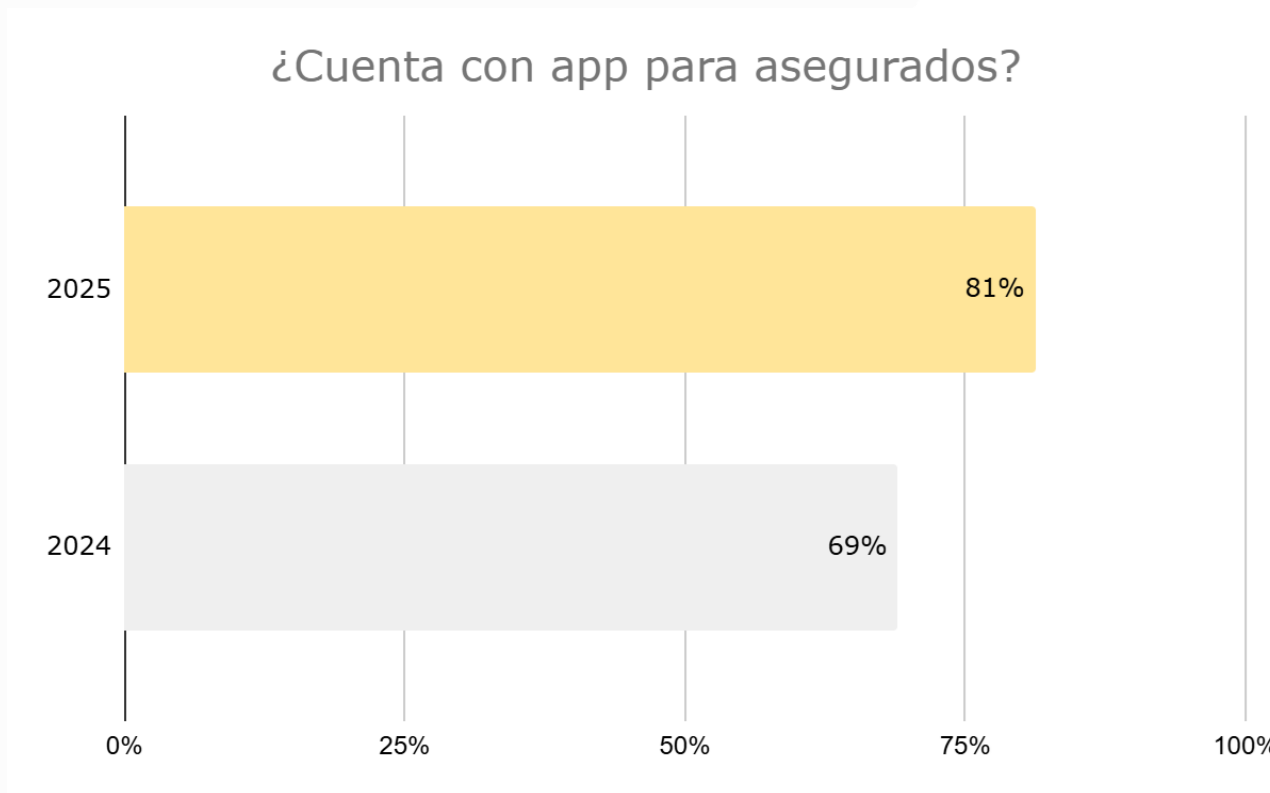
Relevancia de cada canal en la emisión de pólizas



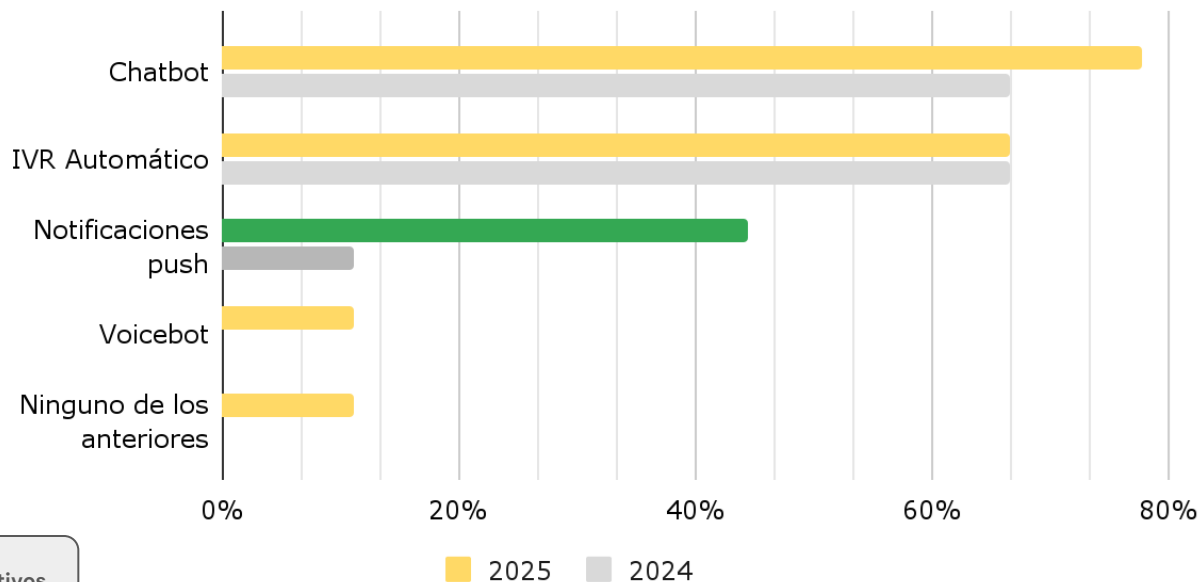
Funcionalidades del website (% de empresas que las implementan)



Incrementos más significativos



Otros canales digitales para asegurados (% de empresas que las implementan)



El website sigue siendo el principal canal digital para la emisión de pólizas, aunque sucursales u oficinas físicas no pierden su relevancia. En el último año han ganado participación las apps para asegurados mientras que como contrapartida han caído las pólizas emitidas mediante apps de productores.

- Todas las empresas resuelven consultas básicas a través del website, y la mayoría también cotiza y acepta pagos en forma digital. En el último año se ha observado un incremento en funcionalidades como el onboarding digital, inspección digital y servicios de asistencia.
- Actualmente el 81% de las aseguradoras cuenta con app para asegurados, así como también con otros canales como chatbot (78%) e IVR automático (67%), mientras que las notificaciones push han ganado relevancia en el último año (44% vs. 11% un año atrás).

ÍNDICE

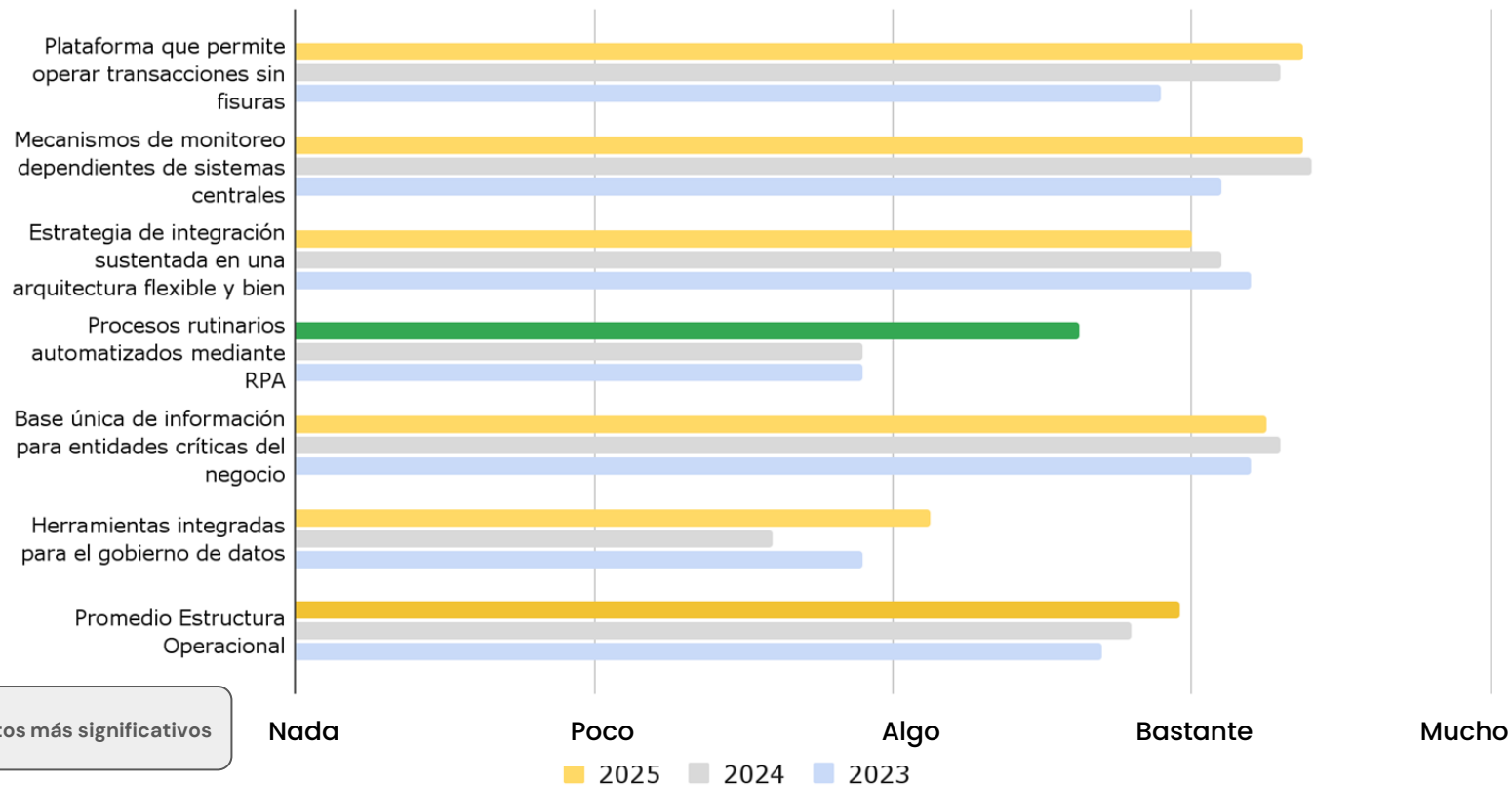
- Estrategia digital
- Ciberseguridad
- Inteligencia Artificial
- Canales digitales
- **5 dimensiones para la transformación digital:** estructura operacional, plataforma digital, marco de responsabilidades, plataforma de desarrollo externo y visión compartida del cliente.

Estructura operacional

- Conjunto de sistemas operacionales, (ERP, CRM, SCM)
- Integrados sin fisuras
- Automatización de procesos de Negocios, (RPA)
- Repositorio unificado de datos corporativos
- Gobierno de datos automatizado



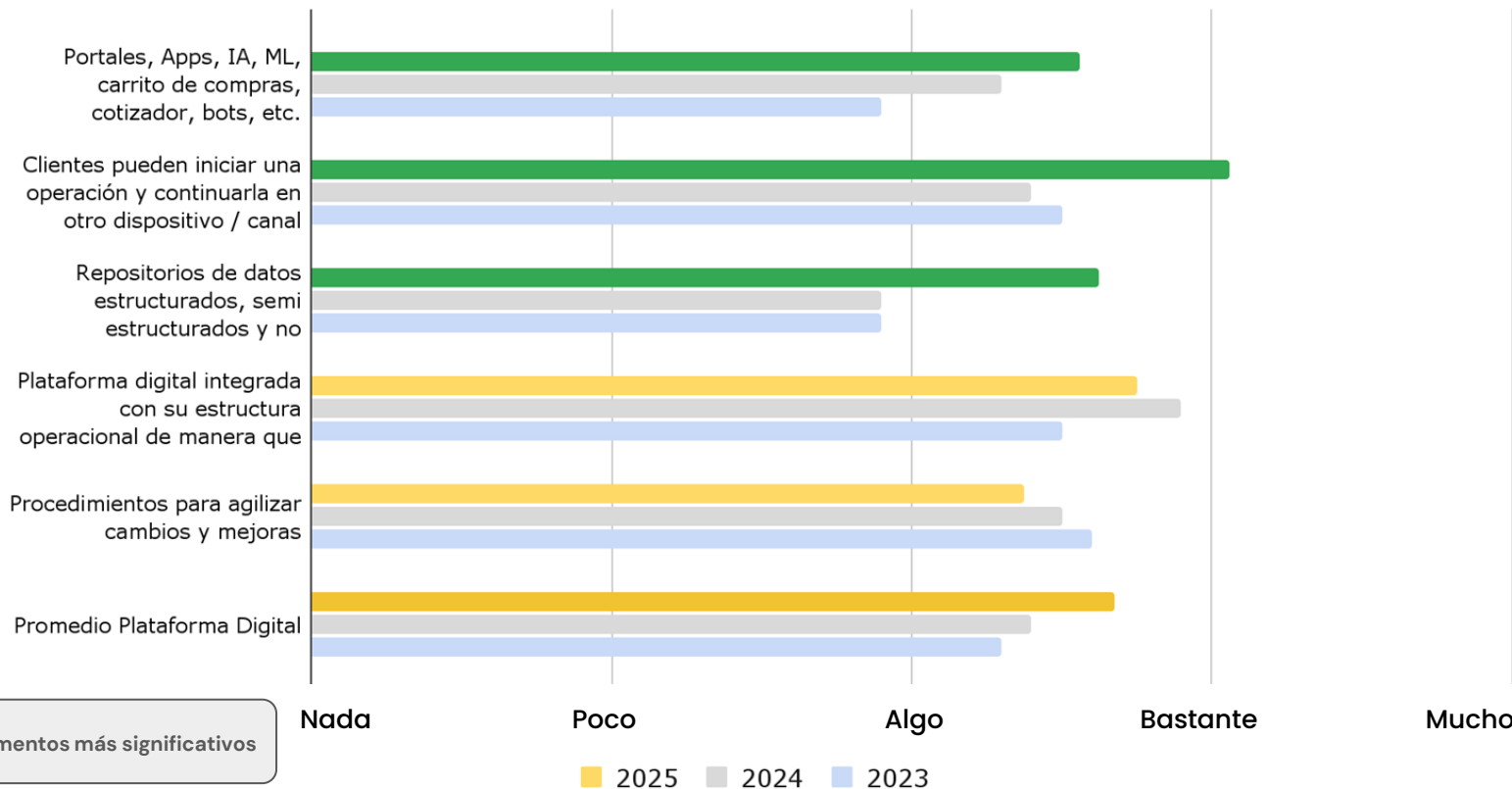
5 dimensiones: Estructura operacional



- Arquitectura de componentes independientes, (datos, infraestructura, procesos de negocios y software)
- Omnicanalidad
- Integración con estructura operacional
- Orquestación de productos y servicios
- Analítica avanzada e Inteligencia artificial



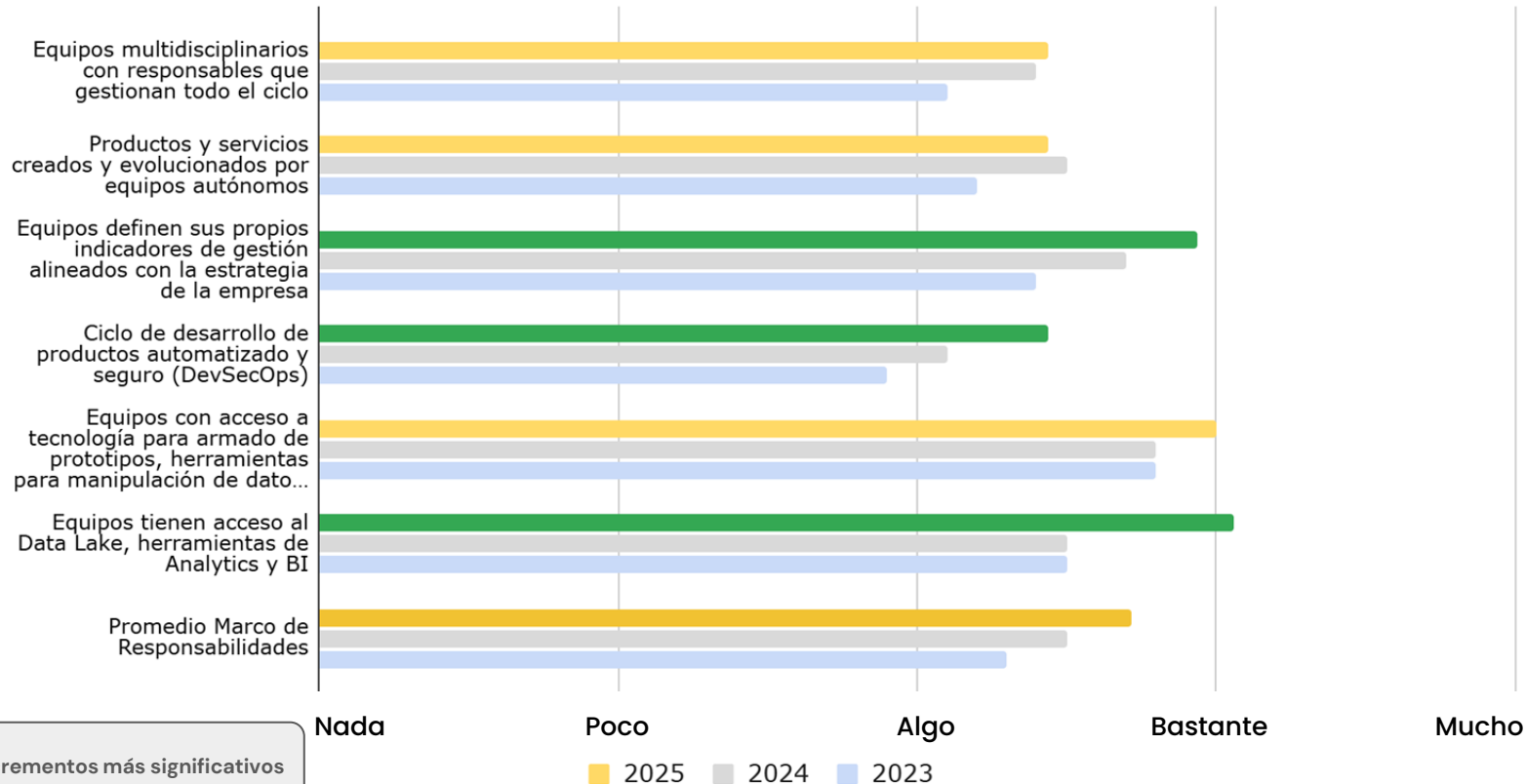
5 dimensiones: Plataforma Digital



Marco de responsabilidades

- Mentalidad ágil a nivel organizacional
- Cultura altamente colaborativa y de comunicación abierta
- Equipos independientes, autogestionados y multidisciplinarios
- Foco en desarrollo y evolución de productos y servicios

5 dimensiones: Marco de responsabilidades

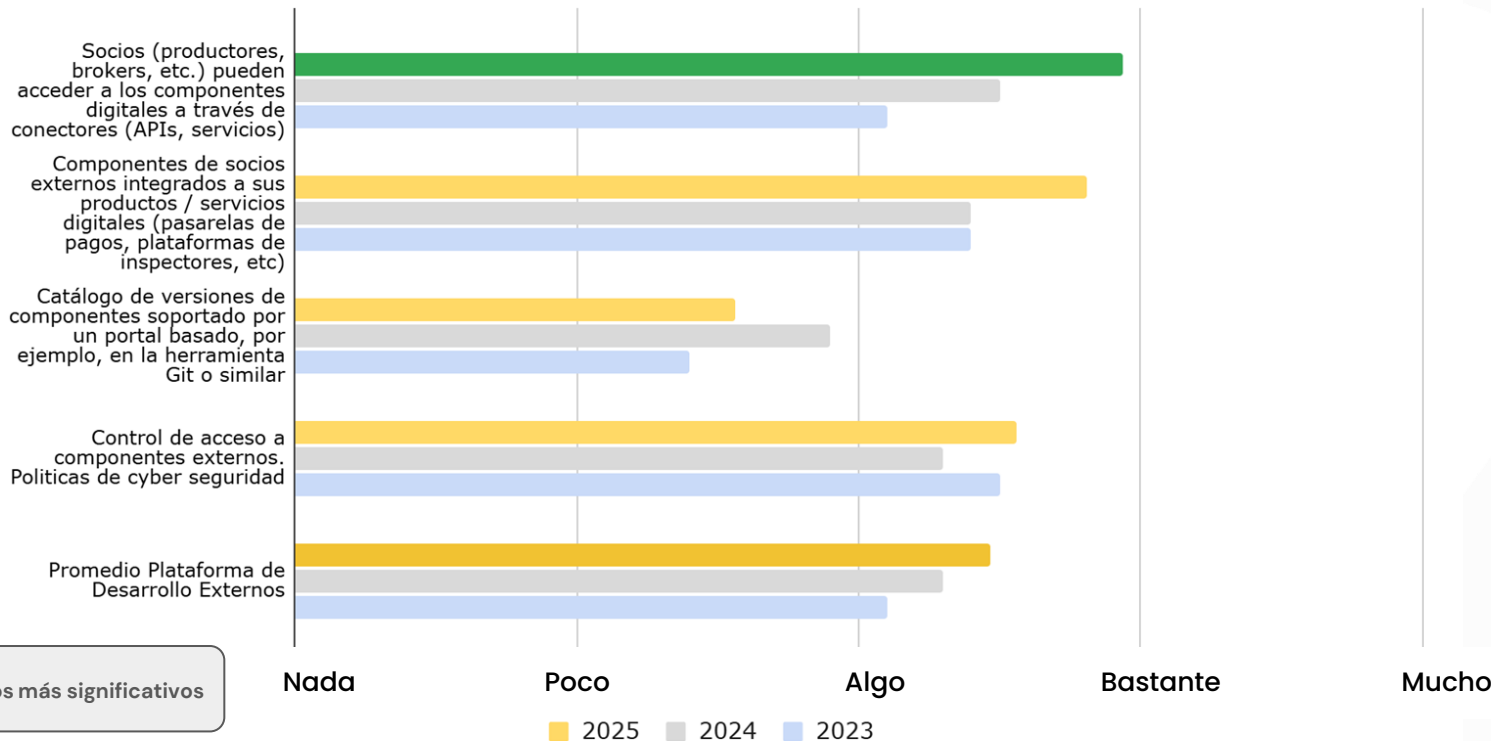


Plataforma de desarrollo externo

- Acceso seguro y controlado de proveedores y socios del negocio
- Aplicación para integrar soluciones con proveedores y socios
- Gestión y comunicación de nuevos componentes a compartir



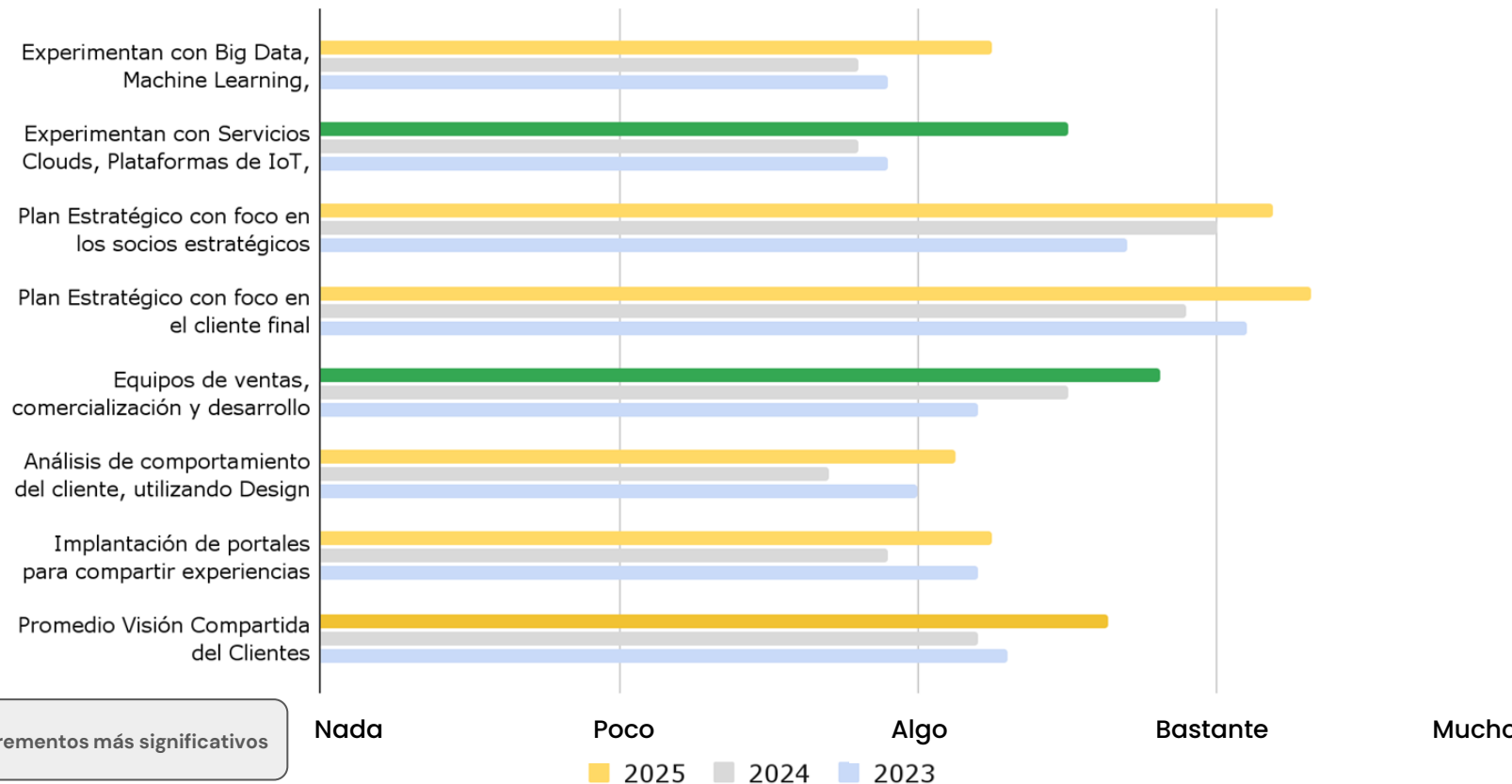
5 dimensiones: Plataforma de desarrollo externo



Visión compartida del cliente

- El cliente en el centro del negocio
- Elaboración de la propuesta de valor al cliente en base a tecnología digital
- Comunicación abierta y compartida de la propuesta de valor
- Uso de datos para entender al cliente en todas sus dimensiones
- Estrategias definidas en base a la propuesta de valor

5 dimensiones: Visión compartida del cliente



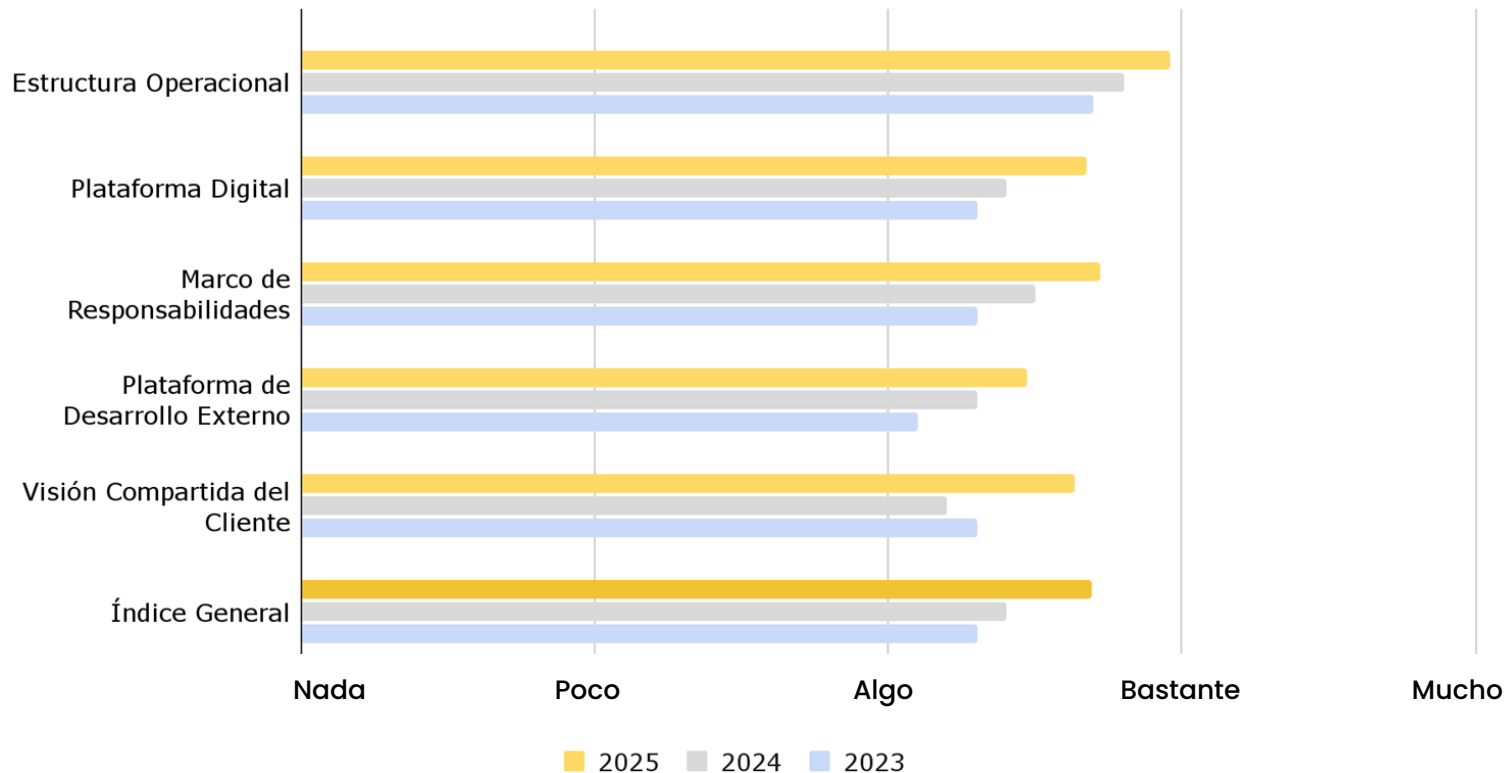


5 dimensiones: Índice para evaluar la transformación digital

- Las 5 dimensiones en conjunto dan un índice general de madurez digital del 2,7 en este último año, lo cual significa un avance del 12,5% con respecto a un año atrás (2,4) y del 17% con respecto a dos años atrás (2,3).
 - Todas las dimensiones han experimentado un avance en el último año, siendo la Estructura Operacional (3,0) la más madura (aunque también la que menos se desarrolló en los dos últimos años), y Plataforma de Desarrollo Externo (2,5) la menos madura.



5 dimensiones: Índice para evaluar la transformación digital





Muchas gracias

Trabajando en colaboración

AACS
Asociación Argentina de
Compañías de Seguros

 cessi