

Industria de Seguros, Behavioral Economics & Design Thinking

Diseño de iniciativas para mejorar el valor
centrado en el cliente y los resultados.



Facultad de Ciencias Actuariales
Jornada de Actuarización 2020
David Solís

Objetivo

Este trabajo describe el comportamiento de los actores en la oferta y la demanda en la industria de seguros. Compara las acciones de los involucrados con las pronosticadas por modelos de referencia derivados de la teoría económica clásica. Cuando las elecciones reales se alejan de las predichas, el comportamiento se considera anómalo.

Esta investigación explica, utilizando herramientas de behavioral economics, por qué ocurren estas anomalías. Adicionalmente proporciona ejemplos de propuestas de iniciativas para una mejor toma de decisiones basadas en incrementar los resultados y el valor proporcionado al cliente utilizando un marco de referencia del programa de Leadership for a Networked World de la Universidad de Harvard. Este marco de referencia combina elementos de behavioral economics, design thinking, UX y data science.

Agenda

Teoría



Marco de Referencia

Propuesta

¿Cómo Funciona un Negocio de Seguros?



¿Cómo Funciona un Negocio de Seguros?

Los clientes compran pólizas de seguros para cubrir costos por eventos inesperados.



¿Cómo Funciona un Negocio de Seguros?

Cuando un cliente tiene un accidente cubierto por la póliza, la aseguradora cubre los gastos.

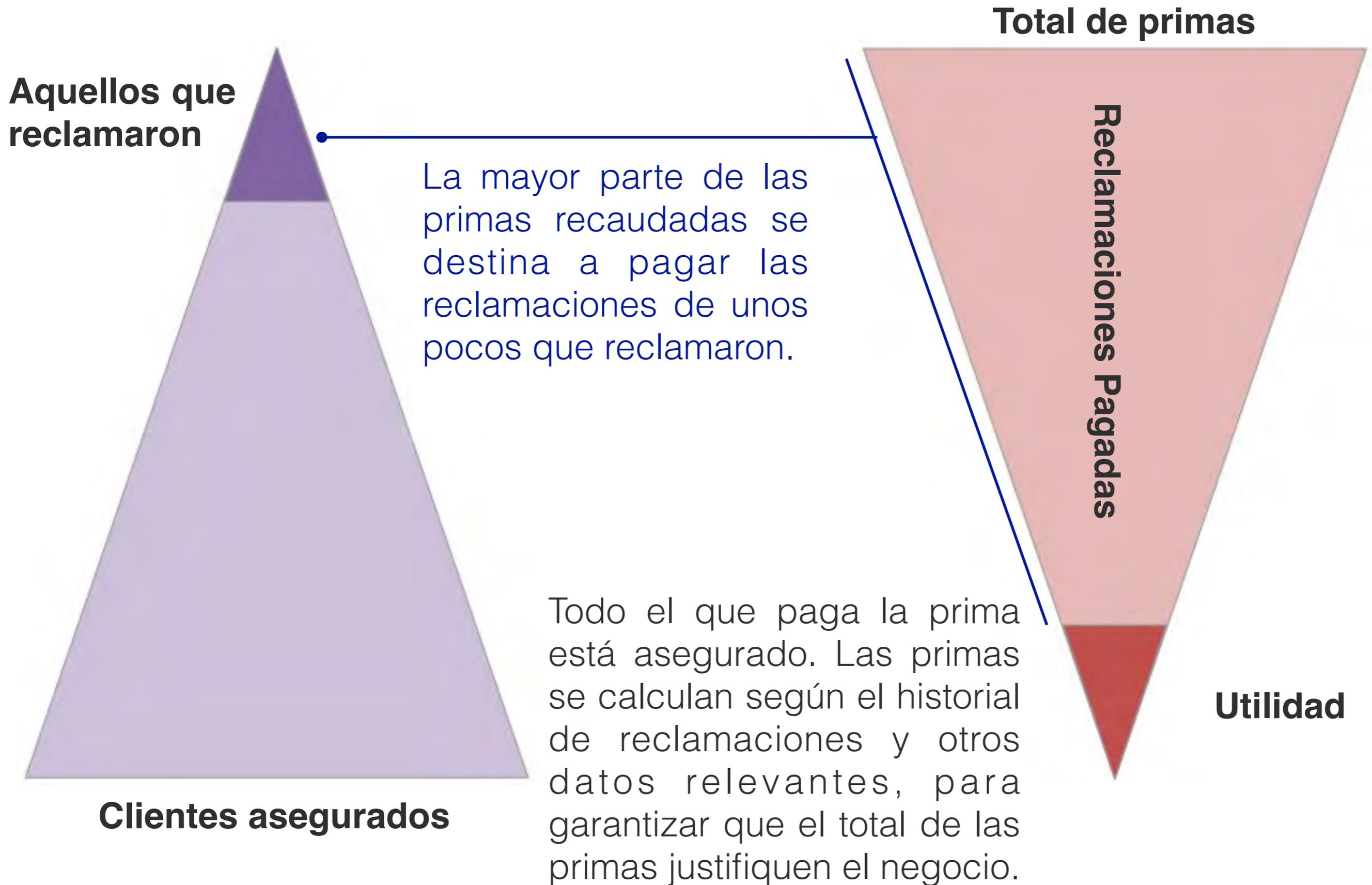


¿Cómo Funciona un Negocio de Seguros?

La aseguradora puede cubrir los pagos ya que el monto es menor que el que recibe de los clientes.



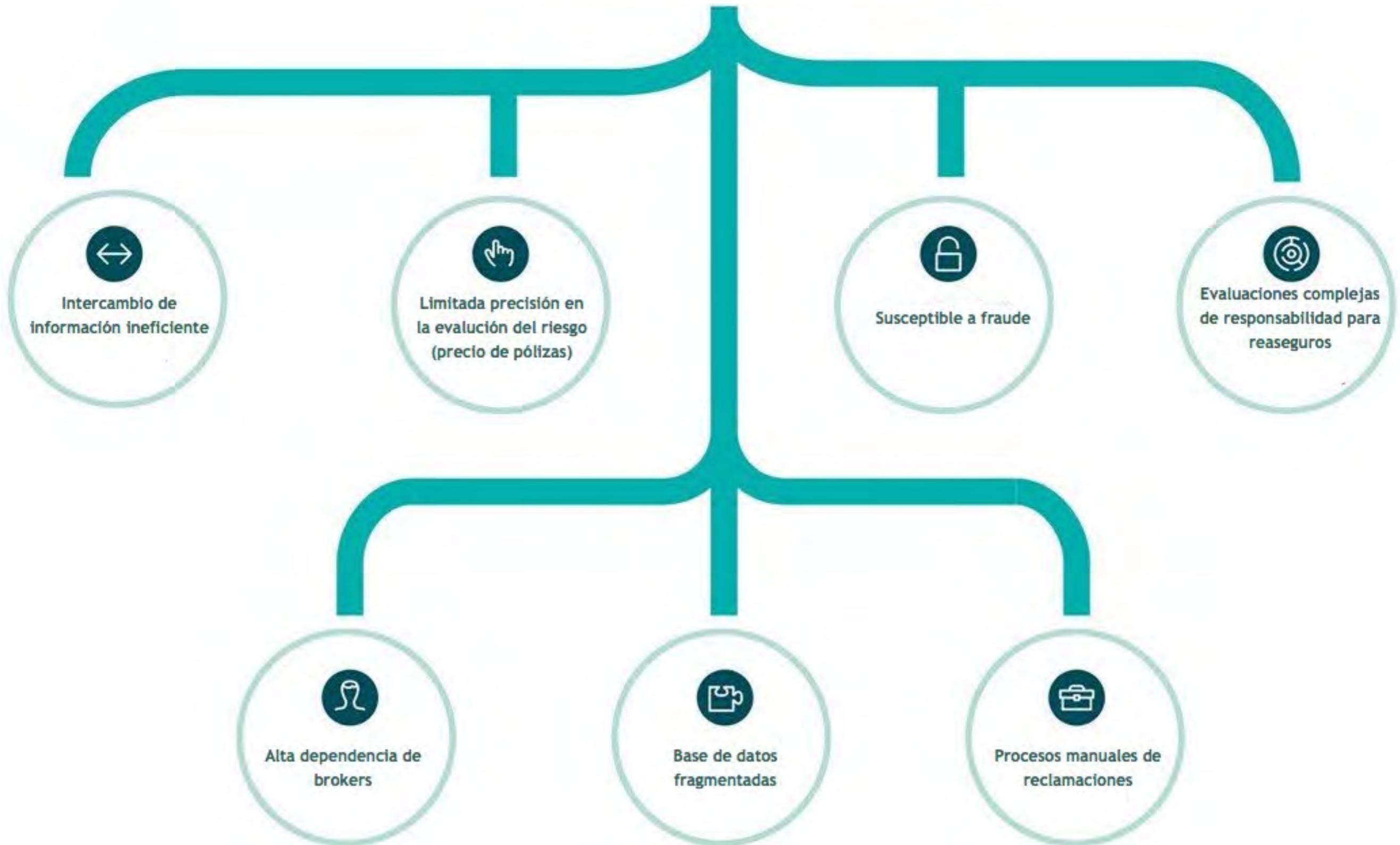
¿Cómo Funciona un Negocio de Seguros?



Todo es Cuestión de la Gestión de Riesgos



Puntos de Dolor de una Aseguradora



Puntos de Dolor de una Aseguradora

InsurTech Accelerators

For the Insurance Industry



Blockchain

Cognitive
Machine
Learning
AI/ML

Robotic
Process
Automation

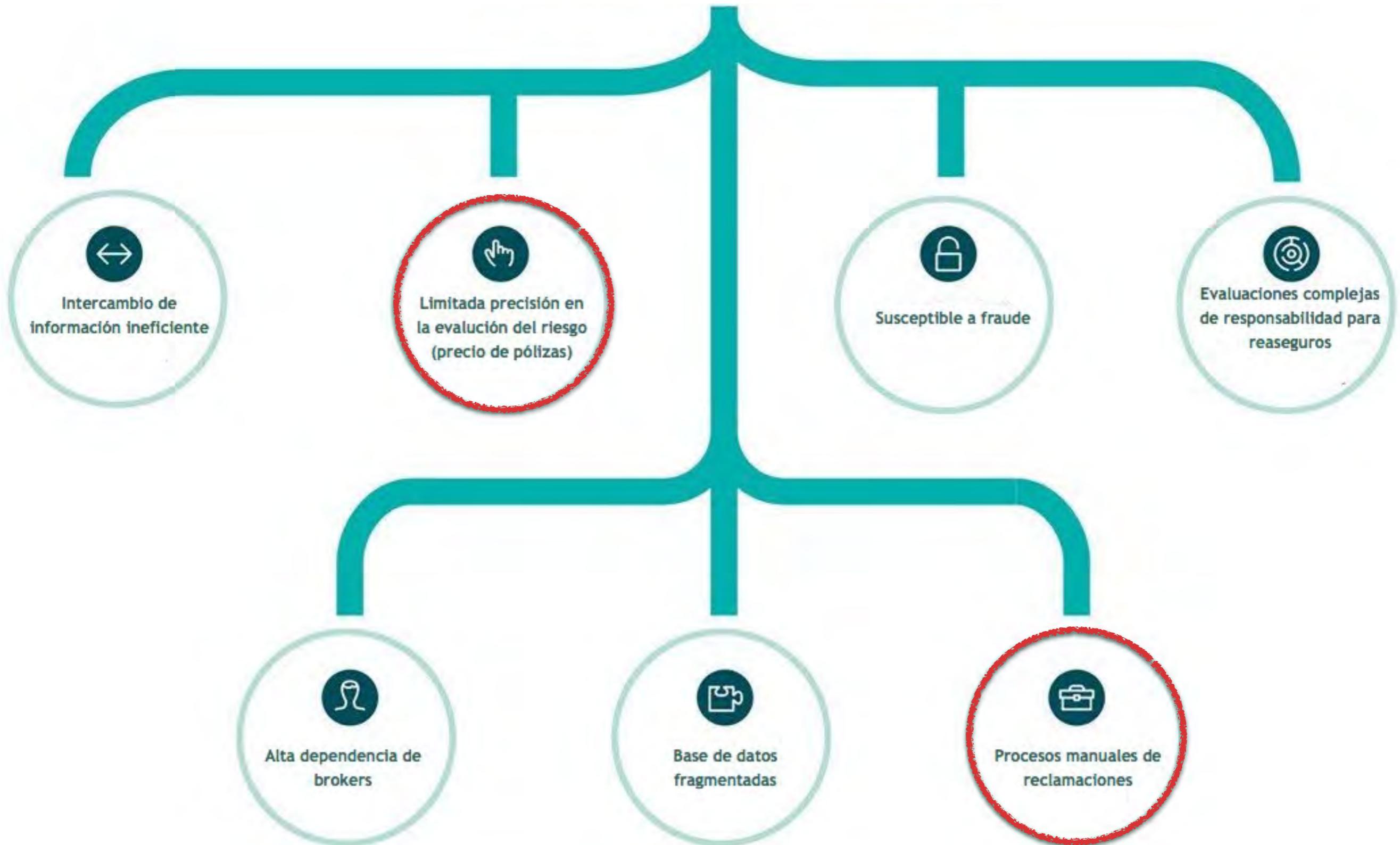
Mobile
Applications

Customer
Experience
Design

The Internet
of Things (IoT)



Puntos de Dolor de una Aseguradora



Teoría de la Utilidad Esperada

Demanda. Los clientes con información precisa sobre los riesgos deciden acerca de las compras de seguros haciendo un balance explícito entre los beneficios esperados y los costos de diferentes pólizas.

Oferta. Las empresas se comportarán de tal manera que maximizan sus ganancias esperadas a largo plazo y, por lo tanto, el valor de la empresa.

Anomalías en el Modelo

Principales Categorías de Anomalías en la Demanda

- Demanda inadecuada a primas razonables (sub-compra)

- Gran demanda con primas excesivas (sobre compra)

- Compra del monto o tipo de cobertura equivocado

Anomalías en el Modelo

► Demanda

- Falta de protección contra eventos de baja probabilidad y alto impacto.
- Compra de un seguro después de que ocurre un desastre.
- Cancelación del seguro si no ha habido pérdida.
- Preferencias para pólizas con reembolsos.
- Preferencias para deducibles bajos.
- Falta de voluntad para hacer reclamaciones por montos pequeños arriba del deducible.

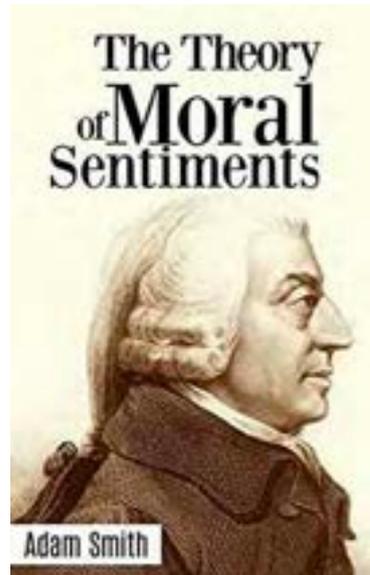
► Oferta

- Póliza de seguro cara.
- Aumento de la prima después de un desastre.
- Negarse a proporcionar cobertura después de un desastre.
- Impacto limitado de los instrumentos financieros para transferir parte de la exposición de un asegurador o reasegurador a un riesgo catastrófico.

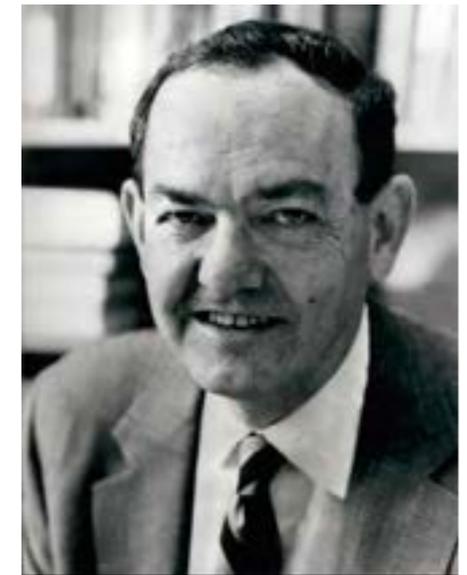
behavioral economics

Aplica la consideración de factores psicológicos, sociales y emocionales a las decisiones económicas de personas y organizaciones. La economía tradicional sugiere que las personas y las organizaciones siempre tomarán decisiones que maximicen los resultados, pero la realidad muestra que las decisiones a menudo están fuertemente influenciadas por las normas sociales, sesgos cognitivos, encuadre de elecciones, la "facilidad" de la toma de decisiones y la simplificación (reducción de la complejidad).

Breve Historia de Behavioral Economics



1759



1957

Racionalidad limitada



Herbert A. Simon
1975 Premio Turing
1978 Nobel Economía



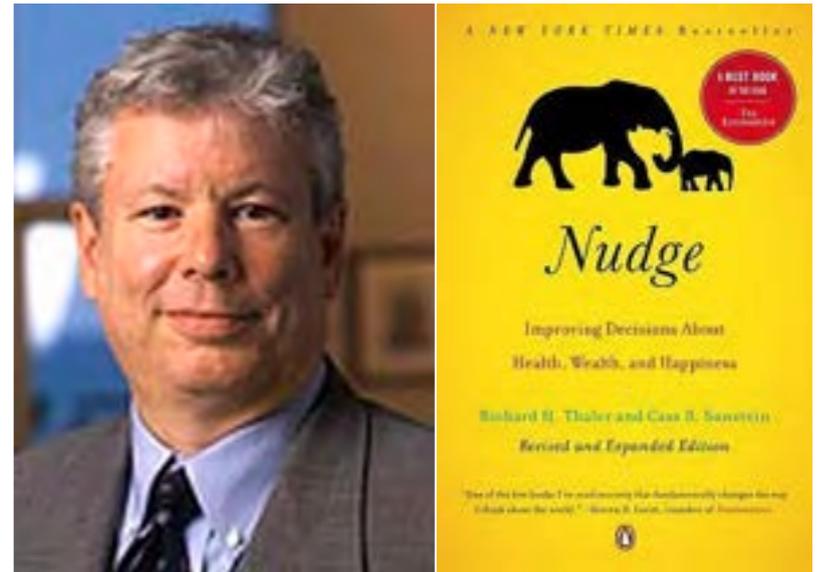
1979



Teoría Prospectiva

Amos Tversky
Daniel Kahneman
2002 Nobel Economía

2002



2017



Richard Thaler
2017 Nobel Economía





Contrariamente a los **supuestos básicos de la economía**, la mercadotecnia puede **afectar** con éxito el placer experimentado al **manipular atributos no intrínsecos** de los productos.



**THE
BIG
SHORT**



En la vida real, los inversionistas no siempre son **fríos** y **calculadores**. Algunas veces suelen comportarse **nerviosos** e **irracionales**.

ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ... GAME ...

50/50?



MONGOL



VIKING

ULTIMATUM ...GAME...



ULTIMATUM ... GAME ...

80/20?



ULTIMATUM ...GAME...



Este juego muestra que las personas **no siempre son tan predecibles** como a muchos economistas les gusta sugerir.







El comportamiento humano no está motivado únicamente por la **ganancia**; también está formado por ideas complejas como la **equidad**, la **injusticia** e incluso la **venganza**.