



Redesigning **INSURANCE**

El por qué la transparencia es la clave de la honestidad

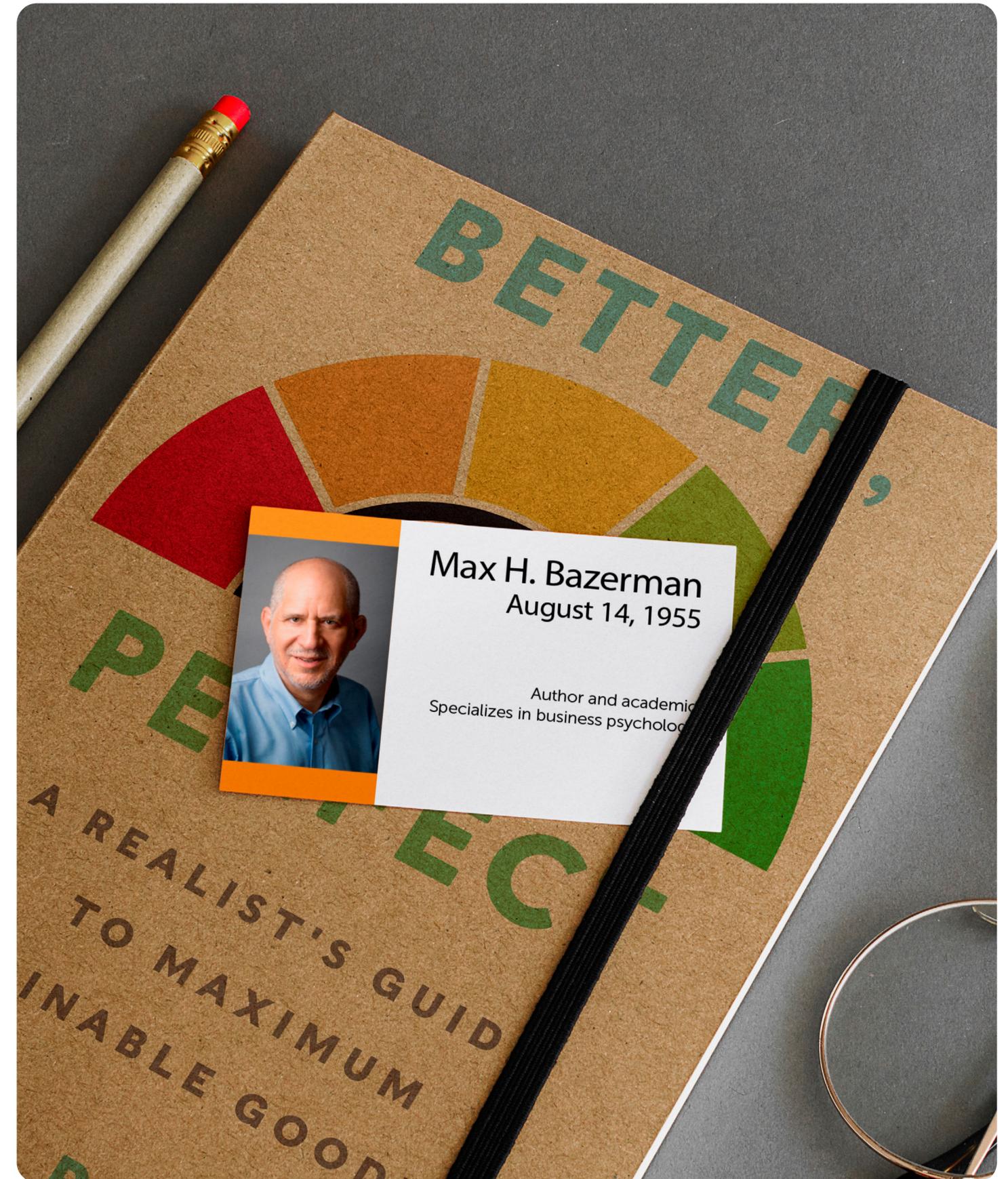


Mejor, pero no perfecto

Max Bazerman es un autor y académico especializado en psicología empresarial. Es el profesor Jesse Isidor Straus de Administración de Empresas en la Harvard Business School en Cambridge, Massachusetts. Bazerman ha sido autor de varios libros, entre los que se incluyen: [The Power of Experiments: Decision-Making in a Data-Driven World](#), [The Power of Noticing: What the Best Leaders See](#), y más recientemente [Better, Not Perfect: A Realist's Guide to Maximum Sustainable Goodness](#).

Bazerman señala que *Better, Not Perfect* se trata de hacer del mundo un lugar mejor y de mejorar tu propia vida en el proceso. Su libro describe cómo luchar activamente contra la corrupción afecta a todos los involucrados porque el conflicto y la disfunción perjudican a las buenas personas de ambos lados. No solo comparte sus ideas sobre la reciprocidad en este podcast sino que Bazerman también finaliza explicando cómo cualquiera puede usar estos consejos para mejorar su éxito individual en la industria de seguros. Afirma que un seguro honesto solo es alcanzable cuando hay total transparencia entre las aseguradoras y sus clientes.

Este e-book ha sido adaptado de un [podcast](#) con FRISS, donde Max Bazerman explica la ciencia del comportamiento en el mundo de los negocios y su experiencia relevante para la industria de seguros.



¿Lograr un seguro honesto es un objetivo realista?

“Creo que es realista, creo que es necesario; y creo que va a suceder”, dice Bazerman cuando se le preguntó si cree que un seguro honesto es un objetivo demasiado optimista.

El seguro parece sorprendentemente ineficiente. No se necesitan tantos empleados para una tarea que es relativamente simple. El desafío es la falta de transparencia. Es comprensible que las aseguradoras teman los falsos siniestros, pero los clientes son igualmente temerosos debido a cuánto tiempo tarda la aseguradora en pagarle cada siniestro real. “Cada parte se siente con más razón y más justificada por sus acciones”, causando disputas que nunca deberían haber existido en primer lugar.

“En los próximos 10 a 20 años, vamos a ver cambios fundamentales”. Las aseguradoras que gastan miles de millones de dólares en honorarios legales para retrasar el pago de siniestros serán eventualmente obsoletas. Debido a las enormes ineficiencias que han existido durante tanto tiempo, las empresas dentro de la industria de seguros han creado sin saberlo las bases para forzar la innovación.

En los próximos 10 a 20 años, vamos a ver cambios fundamentales

Retrasar, Denegar, Defender

¿Este modelo de seguro está esencialmente en desuso?

La respuesta simple es sí. Fue inventado teniendo en cuenta la reciprocidad y originalmente fue creado con buenas intenciones. Sin embargo, la gente ve hoy en día el seguro como un mal necesario.

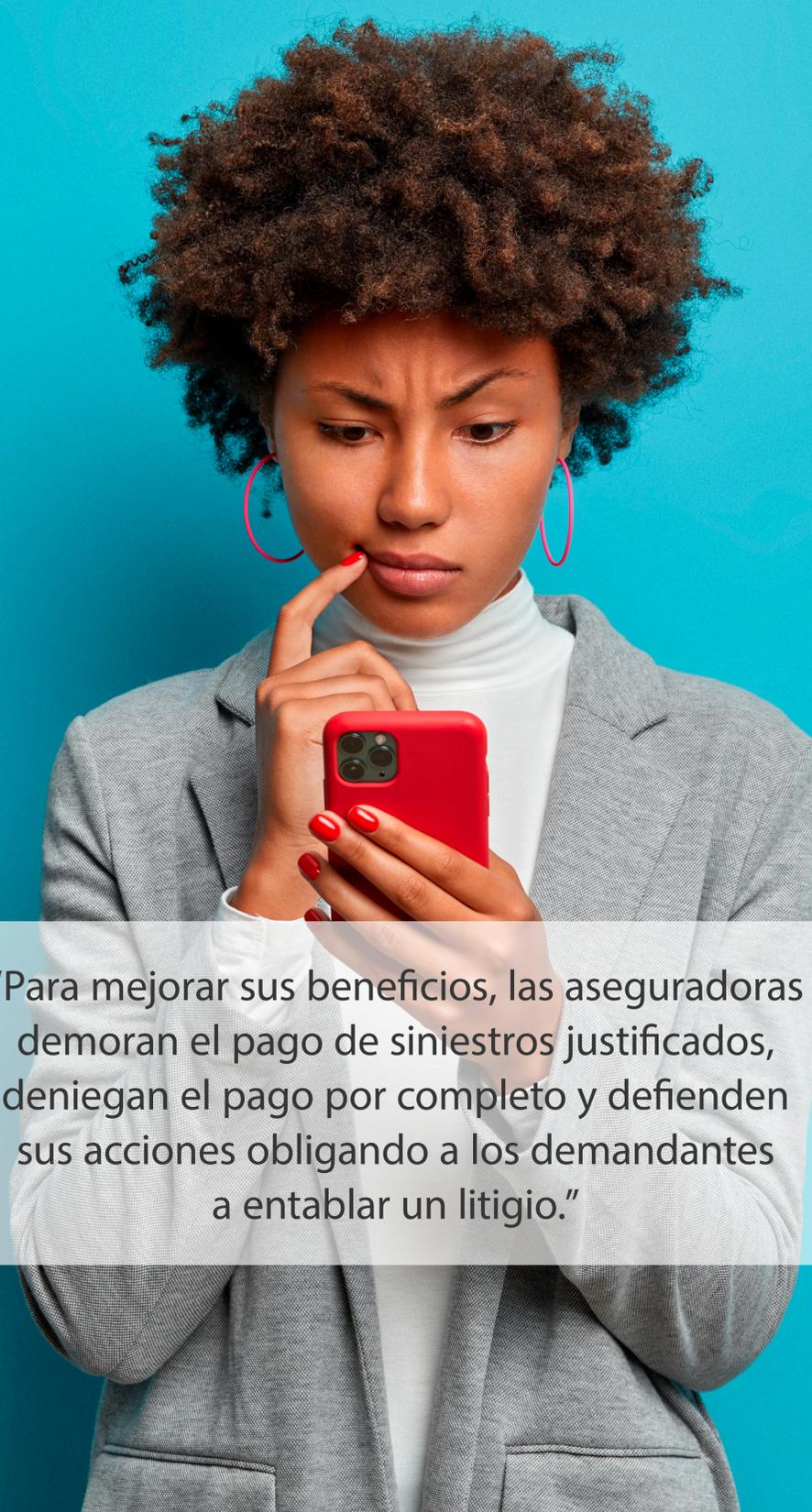
Cuando se creó el seguro por primera vez, los propietarios de negocios juntaban sus riesgos y cuando se producía un pasivo, compartirían colectivamente la carga. Hoy, el modelo de **Demorar, Denegar, Defender**, un término acuñado por Jay M. Feinman, es el modelo de una compañía de seguros exitosa.

En su libro, Feinman escribe sobre las formas en que los aseguradoras engañan a la gente con su dinero. “Para mejorar sus beneficios, las aseguradoras demoran el pago de siniestros justificados, deniegan el pago por completo y defienden sus acciones obligando a los demandantes a entablar un litigio”.

Las aseguradoras vieron que, al reducir el monto de los siniestros que pagaban, había espacio para obtener ganancias. Hay un comportamiento fraudulento en ambos lados, pero “es tarea de las aseguradoras transformar este sistema, no de los demandantes”. Por suerte, la ciencia y la inteligencia artificial tienen la capacidad de frenarlo.

Al igual que FRISS, una empresa llamada **Slice Labs** tiene el objetivo principal de crear una interfaz más honesta. Han diseñado productos exclusivamente para involucrar a sus clientes y crear eficiencia en la suscripción y en los siniestros.

Entonces, ¿el siguiente paso es rediseñar el seguro completamente?



“Para mejorar sus beneficios, las aseguradoras demoran el pago de siniestros justificados, deniegan el pago por completo y defienden sus acciones obligando a los demandantes a entablar un litigio.”

Rediseño de Seguros

Better, Not Perfect habla de la corrupción en la industria y cómo la gente asume que van a encontrar estos obstáculos, por lo que actúan en consecuencia. Dado que la corrupción se asume de hecho, ¿puede una empresa basada enteramente en la honestidad y la transparencia generar cambios de comportamiento entre las aseguradoras y los demandantes?

A corto plazo, no. Es dudoso que las aseguradoras revelen los algoritmos que usan para procesar los siniestros. Pero lo que una solución podría incluir, serían pasos para hacer el proceso más claro para el cliente.

Las aseguradoras deben ser honestas acerca del uso de la inteligencia artificial y de las fuentes externas de información. La información relevante ganará la confianza del cliente, pero tampoco abrirá un camino para que un titular de póliza abusivo use esa información contra su aseguradora.

Las aseguradoras deben ser honestas acerca del uso de la inteligencia artificial y de las fuentes externas de información.



El problema en el procesamiento de siniestros:

¿Qué hace que los clientes tengan tanto temor hacia las aseguradoras?

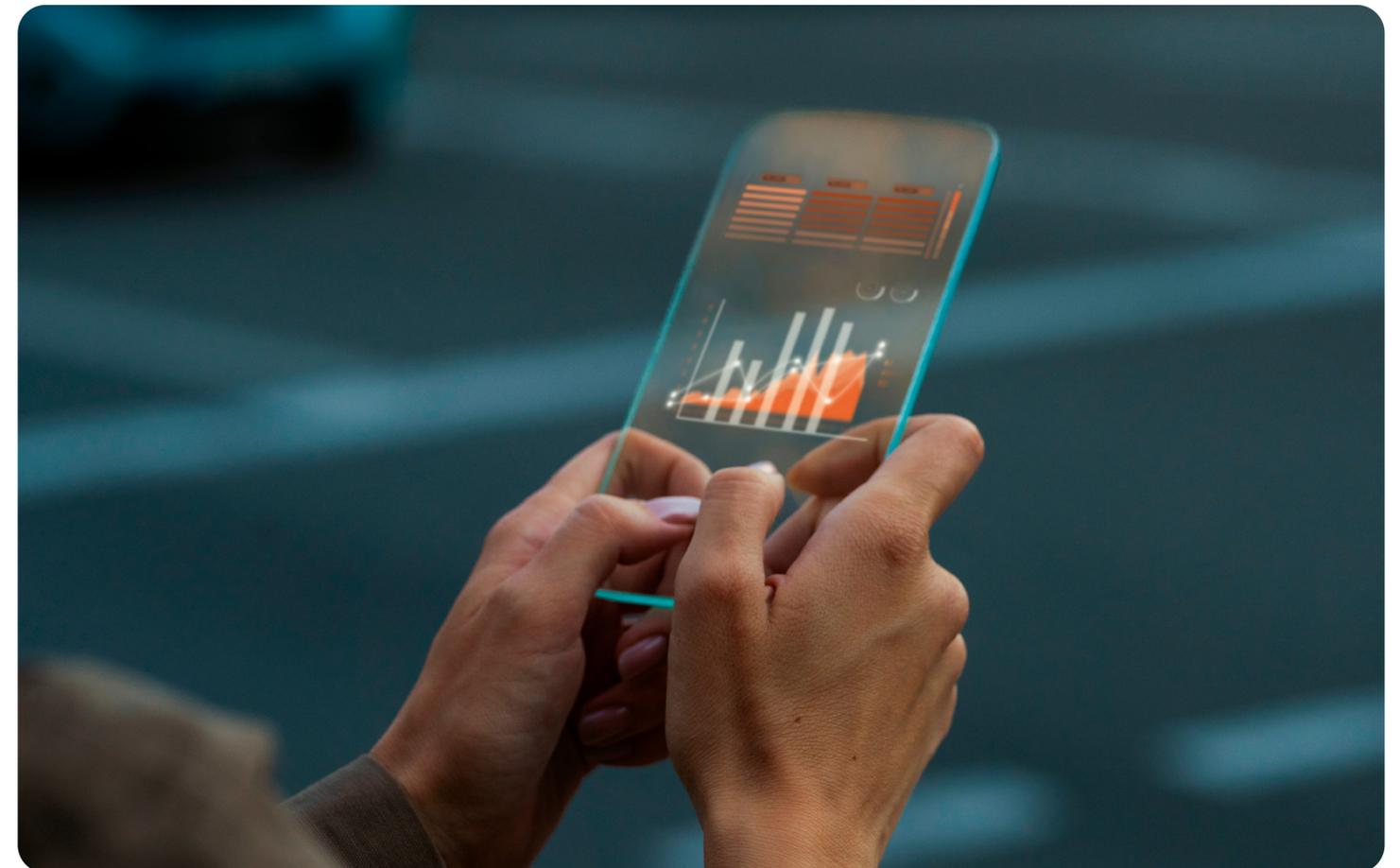
Esta anécdota personal podría explicar mejor la frustración en la industria. Como ejemplo de la vida cotidiana puedo mencionar el caso de varias familias se vieron afectadas por una sobrecarga eléctrica y necesitaban presentar sus siniestros. La tediosa naturaleza del procesamiento de siniestros significó que la situación tardó días en corregirse. Toneladas de horas de mano de obra se desperdiciaron a pesar de que nadie en particular interactuaba con ninguna “mala persona”. Sin embargo, esta situación demostró lo anticuados que están nuestros procesos.

Deberíamos reconsiderar las interacciones con los clientes en su conjunto. Repensar la forma en que las aseguradoras interactúan con los demandantes puede minimizar drásticamente la oportunidad de fraude.

Por ejemplo, ante la pregunta: “¿Qué valor tiene su bien objeto de reclamo?” La respuesta es subjetiva. Puede que solo haya costado \$100, pero para la familia, es incalculable. Una mejor pregunta podría ser: “¿Puede ir a Amazon y encontrar un televisor similar al que tenía?” Si creamos más integridad y rendición de cuentas a través del procesamiento de siniestros, resolveremos así el problema de la deshonestidad en toda la industria.

La siguiente pregunta para las aseguradoras sería, por supuesto, ¿podemos garantizar que el rediseño de nuestros procesos tendrá éxito en la reducción del fraude?

La respuesta corta es no. Pero será necesaria la misma iniciativa por parte de las aseguradoras y los demandantes para crear una industria honesta. Y una forma de poner en marcha este proceso es a través del Experimento de firma previa.



El experimento de firma previa:

Hubo una hipótesis de procesamiento de siniestros llamada “El experimento de firma previa”. El estudio exploró si hacer firmar a alguien al inicio de un formulario (formulario de siniestros, declaración de impuestos, etc.) los haría más honestos a medida que completaban su papeleo. En cuanto a los documentos físicos, hubo pruebas sustanciales de que este simple cambio fue un éxito. Sin embargo, el obstáculo de la honestidad en Internet todavía existía.

Después de tratar de determinar cómo conseguir que la gente sea más honesta en línea, un equipo de investigadores decidió replicar el estudio previo poniendo la firma al comienzo de los documentos electrónicos. Desafortunadamente, en 7 ocasiones diferentes el experimento en línea no logró producir los mismos resultados.

El equipo publicó un nuevo artículo sobre la necesidad de no replicar el resultado de la firma previa, y ya no existe la misma confianza de que se trata de un procedimiento exitoso. “La firma previa es aún más probable que sea algo beneficioso, y no perjudicial”, pero no se puede decir sin pruebas.

Aunque este experimento no llegó completamente a una conclusión sobre cómo hacer que los clientes sean más honestos, se dieron pasos en la dirección correcta. Y hay empresas que implementaron este cambio. Lo hicieron simplemente por la creencia de que los clientes podrían reaccionar positivamente y actuar honestamente, lo cual hace que un sencillo rediseño de la documentación valga la pena.

Un ejemplo es Slice Labs, que hace que tanto sus clientes como sus empleados firmen al inicio, en la parte superior de los documentos. Esta es una analogía directa para el seguro. Es mucho más fácil crear un sistema de seguro honesto cuando los demandantes y las aseguradoras tienen igual responsabilidad para hacer que eso suceda. “El proceso debe ser recíproco”.



La firma previa es aún más probable que sea algo beneficioso, y no perjudicial.

Procesamiento de siniestros y detección de fraude sin intervención humana

Otra opción es procesamiento de siniestros sin intervención humana. Con esta revolución en la industria de los seguros, la tecnología puede ayudar a crear nuevas formas de interactuar con un demandante lo cual también mejorará la honestidad.

Algunos estudios sugieren que es más fácil mentirle a una computadora que a alguien a la cara, por lo que la integridad de la comunicación se convierte en un problema. Es razonable que algunas empresas asuman que las personas están dispuestas a ser más deshonestas en línea en lugar de cara a cara, pero siempre hay una oportunidad para la innovación.

En lugar de pensar en cambiar la ubicación la firma en un documento, como se ve en el Experimento de firma previa, piense en pedir a un demandante una descripción en vídeo de 2 minutos del siniestros, lo más simple posible. Si están haciendo un video muy extenso, y son propensos a la deshonestidad, puede que se replanteen sus acciones antes de enviarlo.

La capacidad de grabar un video como ese en un teléfono inteligente no existía hace 20 años. “Podemos derrotar la deshonestidad a través de la combinación efectiva de la tecnología y la ciencia del comportamiento”.

Piense en pedir a un demandante una descripción en vídeo de 2 minutos del siniestros, lo más simple posible.



Ponerlo en práctica

Algunas preguntas en las que pensar:

1 ¿Está tratando de entender lo que experimenta su demandante al interactuar con su empresa?

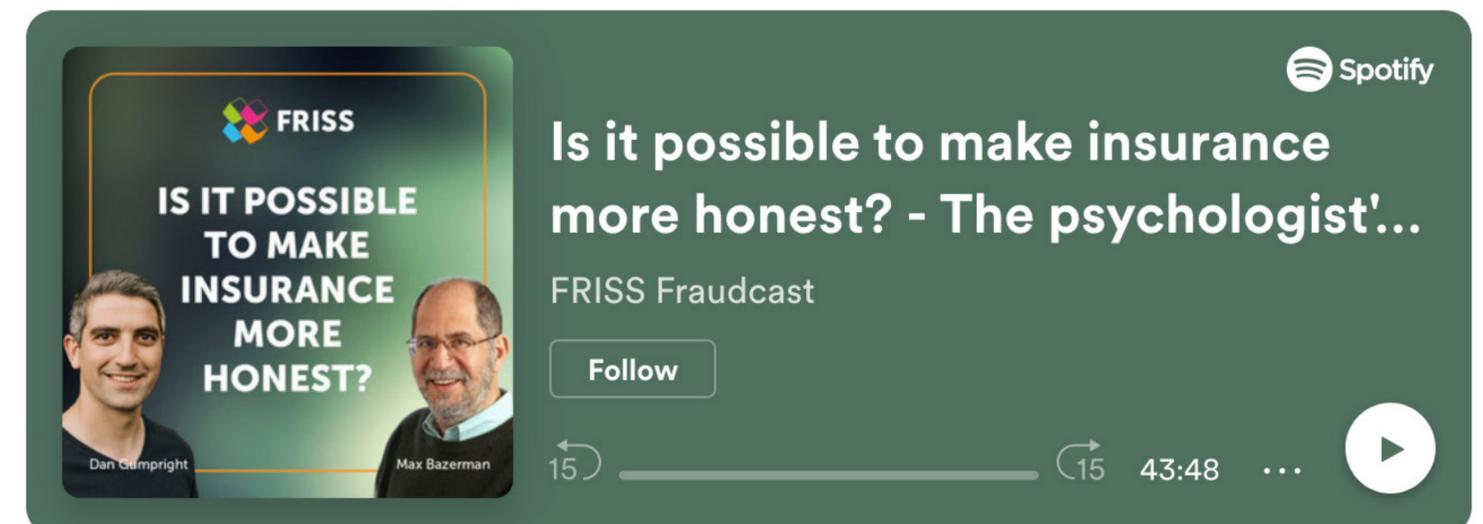
2 ¿Su empresa está actuando de una manera que permita a la gente justificar la exageración, o incluso el fraude?

3 ¿Qué comportamientos puede cambiar para hacer que su empresa sea más honesta?

4 ¿Cómo puedes transmitir esa honestidad de una manera transparente?

A continuación, utilice estas respuestas para crear un proceso de siniestros que genere que el cliente sea más honesto.

Piense en la última vez en la que alguien le gritó, ¿usted hizo lo mismo? Los seres humanos tienden a corresponder del mismo modo, y las aseguradoras deben empezar a considerar que la forma en la que actúan podría ser parte de la razón por la que los demandantes se sienten cómodos actuando de una manera menos transparente. Si está interesado en saber más, puedes encontrar el podcast completo aquí.



Acercas de FRISS

En FRISS estamos 100% enfocados en la detección automatizada de fraudes y riesgos para compañías de seguros generales en todo el mundo. Nuestras soluciones de detección impulsadas por IA para Siniestros, mitigación de riesgos e Investigaciones ayudan a más de 200 aseguradoras alrededor del mundo a hacer crecer su negocio. Detectamos fraudes, mitigamos riesgos y apoyamos la transformación digital. Gracias a nuestras rápidas y efectivas implementaciones, FRISS entra en funcionamiento en 4 meses, obtienen un ROI de hasta 10 veces y un aumento del 80% en el procesamiento directo de solicitudes de pólizas y reclamos.

Las soluciones de FRISS ayudan a reducir los índices de siniestralidad, permiten un crecimiento rentable de la cartera y mejoran la experiencia del cliente. Para obtener más información, visite friss.com.



© 2021

