



Insurtech: Seguros a un clic de distancia

Mario Rodríguez y Antonio Pérez



Connect to the change

Autores



Mario Rodríguez

Mario es Ingeniero Aeronáutico por la Universidad Politécnica de Madrid y Master en Internet Business por el ISDI y actualmente es director de consultoría estratégica en Ernst & Young - Parthenon. Ha trabajado en múltiples planes estratégicos, proyectos de desarrollo de negocio y diseño e implementación de programas de transformación para grandes compañías del sector financiero, aseguradoras y en el ámbito de las telecomunicaciones y tecnología en Europa, Latinoamérica y Oriente Medio. Está certificado como Scrum Master.

Mario es el director del Máster en Fintech e Innovación Financiera de Three Points The Digital Business School desde 2019, y además también es el profesor del módulo de Modelos de negocio: Business Model Generation y Metodología Lean / Launchpad desde el lanzamiento de este máster en 2018. También ha sido tutor de Proyectos Finales de Máster de varios grupos.



Antonio Pérez

Antonio es Graduado en ADE y Máster en Asesoramiento y Planificación Financiera por la Universidad Rey Juan Carlos, Máster en Solvencia II por INESE - Universitat de Barcelona y es el Responsable de Área de Análisis de Riesgos en las Inversiones Financieras en el Consorcio de Compensación de Seguros español. Además, es miembro de la comisión de Fintech del Colegio de Economistas de Madrid, y es el CEO de Rarotonga Ventures, una empresa dedicada a la gestión y explotación de licencias de transporte. Está certificado como European Financial Advisor.

Antonio es profesor del módulo Fundamentos Tecnológicos y Mercados del Máster en Fintech e Innovación Financiera desde 2019 de Three Points The Digital Business School y compagina esa labor con la tutoría de varios grupos del Proyecto Final de Máster.

Índice

1	Introducción	5
2	El ecosistema Tech	7
3	Breve historia de los seguros: de los buques a las Insurtech	9
4	Principales verticales Insurtech	10
5	Pasado y presente de las Insurtech	12
6	Hacia dónde evolucionan las Insurtech	14
7	El desafío regulatorio y tecnológico	16
8	España: evolución y tendencias	18
9	Latinoamérica: evolución y tendencias	22
10	Insurtech en el contexto Covid	25
11	Conclusiones	28
	Bibliografía	30



1

Cap. 1

Introducción

> A lo largo de los últimos años, el sector asegurador ha experimentado cambios propiciados por la incorporación de nuevas tecnologías. Gracias a ello, el acceso, de los clientes, a sus productos y/o servicios ha mejorado, siendo ahora más sencillo e inmediato, debido a su carácter online. Igual que las Fintech lo hacen con los productos financieros y bancarios, las Insurtech lo hacen con los seguros. Debido a la relevancia e impacto de estos cambios, en este informe haremos, inicialmente, un repaso del ecosistema "Tech", incidiendo en sus diferentes características. En estos ecosistemas, el cliente o el usuario utiliza su móvil y/u otros dispositivos tecnológicos para hacer gestiones, administrar sus productos y servicios, realizar trámites o comunicarse con los centros de atención a clientes; mientras que las compañías "Tech" buscan captar el máximo número de clientes, trabajando por conseguir que su satisfacción y experiencia sean óptimas.

Después nos centraremos en el ecosistema Insurtech: su origen, sus principales características, los servicios que ofertan y las diferencias existentes con los seguros tradicionales. Así mismo, repasaremos la evolución de este sector, en los últimos años, y cómo la revolución tecnológica lo ha empujado hacia soluciones más digitales.

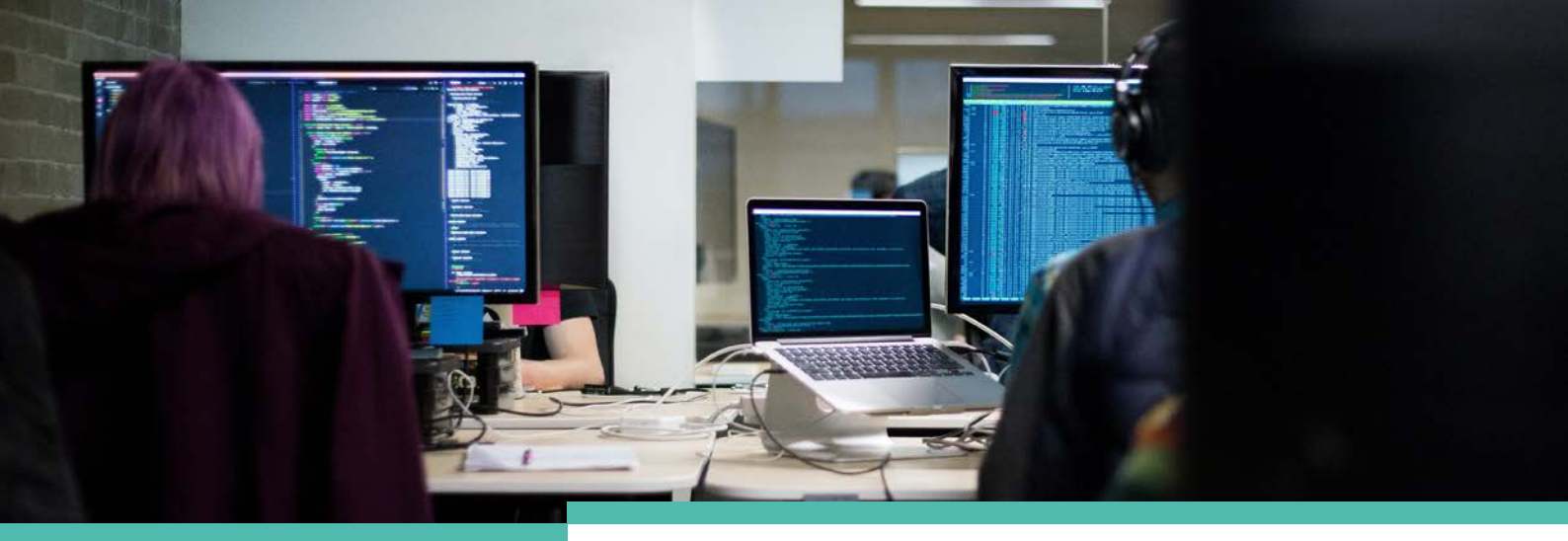
Además, analizaremos los problemas y retos a los que se enfrentan las entidades del sector seguros, tanto en el ámbito regulatorio digital como en el tecnológico, pieza fundamental en todo el ecosistema.

Nos centraremos tanto en España como en la región de América Latina con el objetivo de describir la evolución que han tenido las Insurtech en cada mercado y las tendencias existentes como la optimización operacional, la gestión de las interacciones digitales entre las compañías y los clientes de diferentes edades (y preferencias) o los productos mega-personalizados.

Por último, compartiremos las principales conclusiones del informe y te invitamos a que reflexiones sobre ellas. Con este artículo buscamos que empieces a descubrir el ecosistema Insurtech, el impacto que tienen las compañías digitales en el mundo asegurador y su presente y futuro, que plantea innumerables oportunidades tanto para las empresas como para los usuarios.

Estamos SEGUROS de que te interesará.





2

Cap. 2

El ecosistema Tech

➤ Las tech han venido para quedarse. ¿Quién no ha oído hablar alguna vez de las Fintech, Insurtech, Proptech, Edtech, Femtech, Legaltech, Regtech, Wealthtech, etc? El entorno de los negocios cuenta con múltiples neologismos que nacen para bautizar a empresas emergentes o startups y a proyectos de diversos sectores. Estos neologismos se construyen combinando dos o más términos en inglés que nos permiten obtener un acrónimo que, añadiendo el sufijo -tech, describe el sector que van a transformar con tecnología.

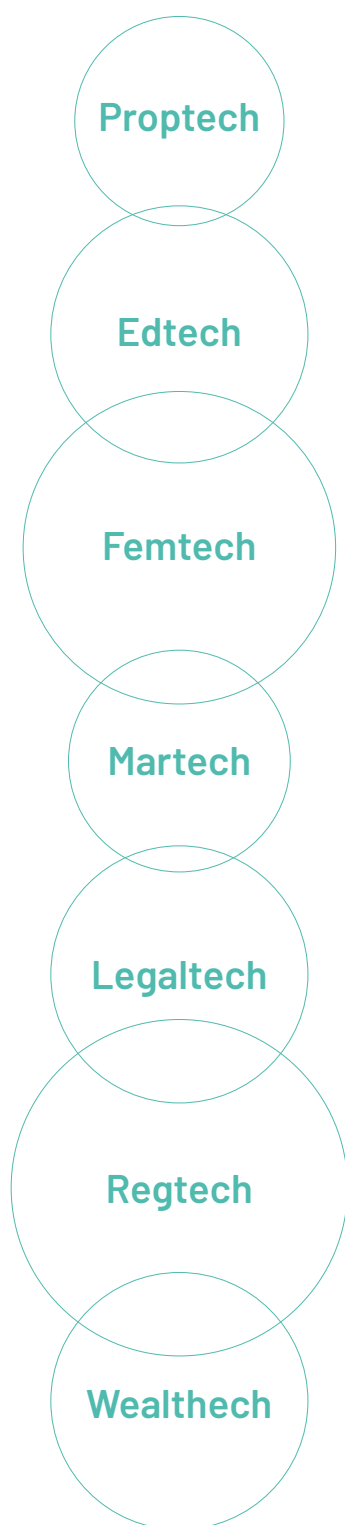
De todos los neologismos acabados en -tech, probablemente, el más conocido sea Fintech¹, que surge de combinar los términos FINance (finanzas) y TECHnology (tecnología), y se refiere a aquellas empresas que están transformando los servicios financieros y bancarios gracias a la aplicación de ideas disruptivas apoyadas en el nuevo entorno digital. Ya nos habló de ello Urs Rothmayr, profesor de Three Points, en su artículo "Fintech o cómo maximizar la satisfacción de tus clientes", haciendo un repaso extensivo del ecosistema Fintech y sus aplicaciones. (Rothmayr, 2020).

El sector asegurador vive contiguo al sector financiero y, a la par con la transformación digital del primero, también estamos siendo testigos, en los últimos años, de cómo la tecnología está cambiando los modelos de negocio de las aseguradoras. Este movimiento es lo que conocemos como Insurtech, combinando las palabras INSURance (seguros) y TECHnology (tecnología)(BBVA, 2020). Algunos, incluso, conciben Insurtech como una rama de las Fintech dedicada a gestionar las pólizas de una manera más eficaz, gracias al uso de grandes volúmenes de datos, provenientes de sensores y dispositivos(PwC, 2016). No obstante, los autores consideramos que Insurtech puede contemplarse como una rama independiente, ya que se trata de industrias diferentes.

¹ Nota: La Fundación del Español Urgente (Fundeu) prefiere llamar utilizar las expresiones tecnofinanzas o sector tecnofinanciero en referencia a las Fintech, pero los autores hemos preferido mantener el anglicismo por afán de facilitar la comprensión del texto y referirnos al uso habitual que se hace en el ámbito de los negocios. (Fundeu RAE, 2016)

Aunque en este informe el análisis se centra en el ámbito Insurtech, hay otros ecosistemas “tech” que también están en auge como:

Otros ecosistemas
“tech” en auge:



- **Proptech** (por PROPerTy, Propiedad en inglés): hace referencia al sector inmobiliario e incluye los portales inmobiliarios digitales, los marketplaces de compraventa de inmuebles o la domótica y la realidad aumentada y virtual para la comercialización (Donati, 2018).
- **Edtech** (por EDUcation, educación en inglés): se refiere a la aplicación de tecnologías de la información y comunicación en la educación, a efectos de apoyar los procesos de aprendizaje en los distintos contextos, tanto de educación formal como de educación no formal (Woo, 2017).
- **Femtech** (por FEMale, mujer en inglés): término que se aplica a una categoría de software, diagnósticos, productos y servicios que utilizan la tecnología para centrarse en la salud de la mujer, incluyendo soluciones de fertilidad, aplicaciones de seguimiento del período, atención durante el embarazo y la lactancia, el bienestar sexual de la mujer y la atención de la salud del sistema reproductivo (Richmond, 2016).
- **Martech** (por MARketing): es el uso de software y herramientas tecnológicas para apoyar a las empresas con el fin de alcanzar sus objetivos de marketing incluyendo, entre otros, la automatización de las comunicaciones con los clientes dentro de los CRMs (Customer Relationship Management, herramientas de gestión de las relaciones de clientes) o la gestión de las redes sociales y comunidades (MarcomCentral, 2020).
- **Legaltech** (por LEGAL): son aquellas startups que utilizan la tecnología para ofrecer servicios legales en general como, por ejemplo, la gestión de procesos y trámites legales como las reclamaciones, registros, litigios, etc. (AEFI, 2017).
- **Regtech** (por REGulation, riqueza en inglés): frecuentemente confundidas con las Legaltech, las Regtech son compañías tecnológicas especializadas en el área del compliance (cumplimiento), es decir, en la detección de riesgos penales, legales, etc. y su prevención y mitigación mediante el establecimiento de un plan y sistema de control permanente. Para ello, estas organizaciones cuentan con un profundo conocimiento normativo (AEFI, 2017).
- **Wealthtech** (por WEALTH, riqueza en inglés): su objetivo es gestionar y hacer crecer el patrimonio económico de las personas con herramientas tecnológicas, se puede considerar una subcategoría de las Fintech. Las Wealthtech ofrecen alternativas a los asesores tradicionales de inversión y cuentan con herramientas digitales específicas como son los robo-advisors, servicios automatizados que utilizan algoritmos de machine learning para ofrecer a los clientes asesoramiento en función de las opciones de inversión más rentables, de los objetivos de rendimiento, de la aversión al riesgo del usuario y/o de otras variables como la edad o los ingresos (BBVA, 2020).



3

Cap. 3

Breve historia de los seguros: de los buques a las Insurtech

"[...] es posible cubrir con un seguro hasta una abducción alienígena"

> El ecosistema Insurtech gira en torno al mundo de los seguros, cuya existencia se remonta a más de 4.000 años atrás (Carrasco, 2018). Desde los primeros contratos de seguros con ánimo de lucro del siglo XIV en Italia, en los que se aseguraban buques mercantes, a la situación actual del sector, en el que es posible cubrir con un seguro hasta una abducción alienígena, el sector asegurador se ha transformado por completo, sobre todo empujado por la intensa competencia entre aseguradoras y la necesidad de diferenciarse entre ellas. Sin embargo, en los últimos tiempos, parecía haberse estabilizado la industria tras el último gran cambio en cuanto a distribución, la alianza de varias aseguradoras con entidades financieras en lo que se llamaría banca-seguros (bancassurance), lo que favorecía la comercialización de seguros desde oficinas bancarias, así como la venta de seguros vinculados a productos financieros (por ejemplo, los seguros que vienen incluidos en las tarjetas de crédito) (AFI, 2020).

Con la inercia creada por las Fintech, en los servicios financieros, y el momento de transformación digital de los servicios en el que nos encontramos, el sector asegurador ha evolucionado incorporando la tecnología a sus procesos y propiciando la aparición de empresas, cuyo núcleo es la tecnología, que dan servicio a aseguradoras tradicionales, así como aseguradoras digitales. Estas compañías Insurtech aportan valor vía la diferenciación en la calidad del servicio o ahorro en costes para la aseguradora, algo que busca repercutir al cliente final. Además, se hace un especial hincapié en la experiencia de usuario y en la facilidad de acceso de los clientes, generalmente, a través de aplicaciones móviles y portales de autoservicio.



4

Cap. 4

Principales verticales Insurtech

> Una vez entendido cómo la tecnología está en plena transformación del negocio asegurador tradicional, existen diferentes modelos de negocio Insurtech que se pueden clasificar en las siguientes cinco categorías o verticales (Finnovating, 2021):

Cinco categorías verticales:



- **Salud (Health):** las aplicaciones vinculadas al sector salud son complementos a la actividad aseguradora que permiten, entre otras cosas, resolver dudas anónimas de forma online con médicos especialistas. Por un lado, esto permite a los usuarios ahorrar tiempo en la gestión de las citas, al gestionarlo el usuario directamente con el sistema; y, por otro lado, se evita el coste de la consulta presencial para la aseguradora, al poder realizarse, en ciertas ocasiones, de forma telemática.
- **Productos (Products):** con la aplicación de las nuevas tecnologías se puede llegar a realizar pólizas a medida. Por ejemplo, las entidades que se dedican a asegurar VTCs (Vehículos de Transporte con Conductor) y motos de repartidores a domicilio, pólizas que tradicionalmente tienen elevada siniestralidad, utilizan estas nuevas tecnologías para segmentar los clientes y mejorar la tarificación en función del riesgo. Así, se tarifican en función de los Kilómetros recorridos o del tiempo de uso, todo ello monitorizado mediante GPS y aplicando la tecnología adecuada.
- **Servicio al cliente (Customer Service):** son aquellas Insurtech que dan soporte al cliente. Un claro ejemplo son los agregadores, que permiten agregar todos los seguros del cliente en una misma aplicación y, con ello, le permiten conocer todas las coberturas que dispone, números de póliza, contratos de seguro, etc. La monetización (manera de generar ingresos) de este tipo de compañías se basa en la explotación de los datos de los usuarios y la venta cruzada (cross-selling).
- **Canales de distribución (Distribution):** cuanto más transparente es un mercado, más opciones hay para elegir y se hace necesario diferenciarse de la competencia para poder sobrevivir. Esto hace que los comparadores sean una herramienta indispensable para elegir la póliza más adecuada en cada momento. Este tipo de Insurtechs generan sus beneficios a través de las contrataciones realizadas en su página web; esto puede ser con contratación directa (pago por CPA, Cost Per Acquisition, actuando de canal online de las aseguradoras), o bien vendiendo los datos del contacto o lead (pago por CPL, Cost Per Lead). Es necesario disponer de licencia de Broker de seguros para poder ofrecer este tipo de servicios.
- **Infraestructura de seguros (Insurance infrastructure):** en este ámbito se incluye empresas que trabajan con software e infraestructura tecnológica relacionada con la función aseguradora. Sus funciones pueden ir desde mejorar la eficiencia de la gestión interna de la compañía hasta realizar análisis basados en grandes volúmenes de datos de siniestralidades para realizar tarificaciones más optimizadas.



5

Cap. 5

Pasado y presente de las Insurtech

> Aunque los orígenes del término Insurtech se remontan a 2010, no podemos hablar de una verdadera evolución del ecosistema hasta 2014, año en el que se levantan rondas de financiación en el sector de 263 millones de dólares; desde entonces ha crecido a un ritmo prácticamente constante hasta situarse en los 4.878 millones de dólares en 2020 (FT Partners Research, 2021).

Ante esta situación, actualmente se estima que hay más de 3.000 empresas Insurtech en el mundo, de las cuales unas 1.500 han surgido en los últimos 5 años (Porch Research, 2021),



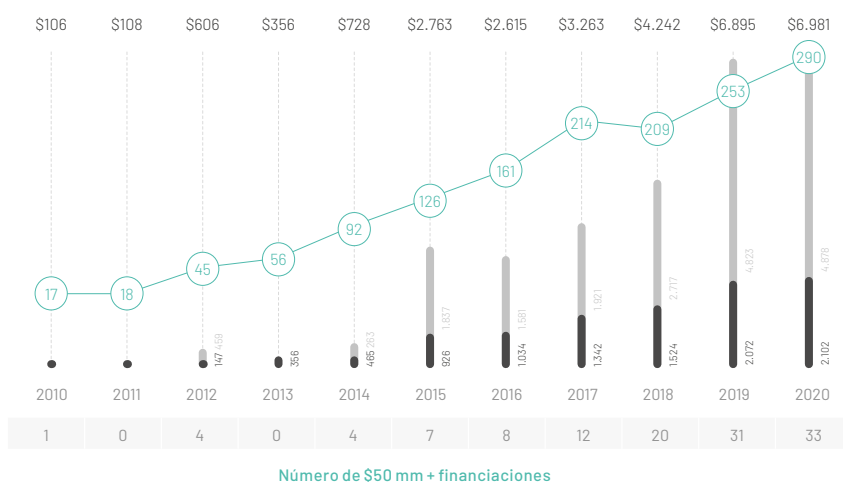
Figura 1

Transacciones superiores a 50 millones de dólares en Insurtechs por año

\$ en millones

- Número de transacciones
- Volumen de financiamiento
- Destaca volumen de \$50 mm + financiaciones

Fuente:
<https://ftpartners.docsend.com/view/qfp76zetqm9c9std>



Geográficamente podemos ubicar la mayoría del negocio en Norte América (62% del volumen total), seguido por Europa y Asia (17% del total). Destaca el gran crecimiento experimentado en el continente asiático, debido al cambio que se está produciendo en el tejido empresarial, pasando de tener economías basadas únicamente en el sector primario y secundario a tener gigantes que son referentes en tecnología a nivel mundial.





6

Cap. 6

Hacia dónde evolucionan las Insurtech

> Las Insurtech están despegando, principalmente en Norte América ,apoyándose en la tecnología y los datos de las personas y se espera una evolución en torno a estos dos ejes, ya que la mayoría de las inversiones están localizadas dentro de los seguros de daños (P&C), como se observa en la gráfica siguiente, seguidos de los seguros de salud (Health), ya que son los que mayor fraude tienen, así como tienen mayor margen al reducir el coste de los siniestros.



Figura 2

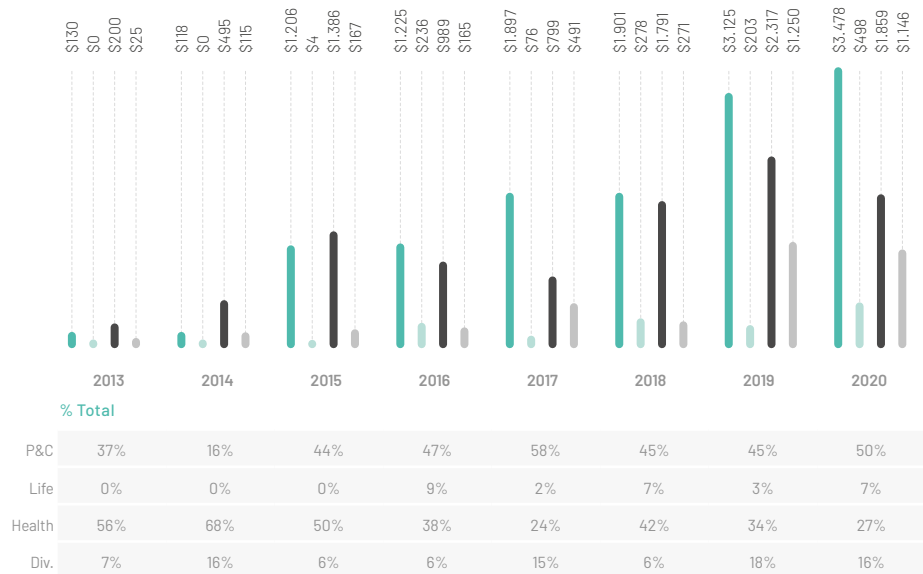
Evolución del volumen de negocio por ramo en Insurtech, en millones de dólares

\$ in millions

P&C Life Health Div.

Fuente:

<https://ftpartners.docsend.com/view/qfp76zetqm9c9std>



La oferta de propuestas de valor de seguros con servicios incrementales y/o personalizados, combinada con la bajada en los costes para los asegurados, hace que se pueda hablar de una época de democratización de los seguros. Actualmente, se está facilitando el acceso a pólizas de seguros, a la población general, y permitiendo el acceso, a los asegurados, a más coberturas dentro de la misma tarifa u ofreciendo servicios más básicos con precios más asequibles. Por ejemplo, usuarios que hace unos años no podían afrontar la contratación de un seguro de salud, por el elevado coste que tenían, ahora pueden optar por contratar coberturas de salud, gracias a una optimización operacional y a una mayor transparencia en las comparativas de mercado. La misma situación se da en seguros de automóviles, en los que el coste asociado a cada póliza se reduce al poder reducir los costes comerciales (la contratación de una póliza de manera virtual no repercutiría el coste de la oficina o del mediador de seguros), contar con un cálculo más preciso de siniestralidades previstas, en función de un registro histórico, y poder perseguir el fraude con análisis de datos.

De hecho, el análisis de datos y las nuevas tecnologías pueden crear una ventaja competitiva en este sector, por ejemplo, ofreciendo primas personalizadas, fijadas dinámicamente en función de múltiples variables analizadas por sistemas de información, a través de los datos obtenidos desde dispositivos inteligentes y otras fuentes.

Además, la situación actual, tras la pandemia de la COVID-19, es el momento ideal para la explosión Insurtech, ya que la industria de los seguros está lista para la innovación y la disrupción, generando volumen de negocio en áreas en las que las compañías tradicionales tienen difícil expansión por las características de su negocio, como vamos a ver posteriormente.



7

Cap. 7

El desafío regulatorio y tecnológico

“Desde finales de 2020, en España, existe una ley que pretende facilitar la innovación dentro del sistema financiero y de los seguros de una forma ordenada. Oficialmente denominada la “Ley de Transformación Digital del Sistema Financiero”, y conocida como “Ley Sandbox[...].”

“En Latinoamérica la situación es un poco distinta. México es el pionero en la región con la ley Fintech que se aprobó en marzo de 2018, y Brasil y Colombia también cuentan con su sandbox operativo para lanzamiento de proyectos Fintech e Insurtech. [...].”

➤ Como en toda transformación, las Insurtech se enfrentan a una serie de retos que buscarán convertir en oportunidades, apoyadas en la digitalización. El fin último que tiene este proceso es facilitar el acceso, mediante la tecnología, a los consumidores a diferentes productos y servicios.

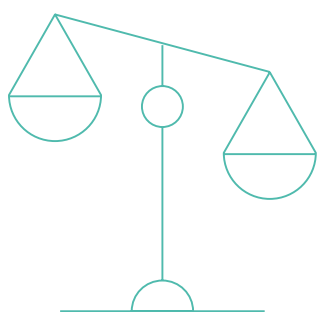
Dentro del marco regulatorio, existen diferentes niveles de avance según la región o el país, pero no existe un marco común a nivel mundial. Es necesario tener una regulación adecuada y actualizada que permita que las empresas Fintech e Insurtech protejan los derechos de los consumidores, pero sin caer en sobre-regulación.

Desde finales de 2020, en España, existe una ley que pretende facilitar la innovación dentro del sistema financiero y de los seguros de una forma ordenada. Oficialmente denominada la “Ley de Transformación Digital del Sistema Financiero”, y conocida como “Ley Sandbox”, ésta busca ser un espacio en el que empresas Fintech e Insurtech puedan probar productos y servicios financieros innovadores en la vida real, más allá de sus fronteras.

Esto les permite hacer proyectos “pilotos” controlados con los ciudadanos, de un modo seguro y sin generar ningún perjuicio en los bienes y propiedades de los usuarios, siempre de manera supervisada por los organismos oficiales. En este contexto, las entidades financieras y aseguradoras pueden presentar un proyecto frente a los órganos reguladores del sector para que consideren si se puede modificar la ley Sandbox, en caso de que sea necesario, y les facilita reducir el tiempo de salida al mercado. “El objetivo (...) debe ser el de adaptar la realidad legislativa a las innovaciones digitales del sector financiero”, como reza el artículo 25 de la propia ley (Boletín Oficial del Estado, 2020).

En Latinoamérica la situación es un poco distinta. México es el pionero en la región con la ley Fintech que se aprobó en marzo de 2018, y Brasil y Colombia también cuentan con su sandbox operativo para lanzamiento de proyectos Fintech e Insurtech. Además, los gobiernos regionales han apoyado iniciativas gubernamentales como la facturación electrónica impuesta en países como México, Chile y Brasil, entre otros, para exigir que tanto compradores como vendedores registren las facturas de cada transacción de manera electrónica y así incentivar la digitalización del sector financiero. Actualmente, el Banco Internacional de Desarrollo está trabajando en crear un sandbox regional en Latinoamérica y el Caribe que sirva como puerta única de acceso para los nuevos modelos de innovación que crecen y se internacionalizan con rapidez en la región (The Digital Insurer, 2020)(Seminario, 2021).

Además del ámbito regulatorio, el principal foco de trabajo de las Insurtech es la mejora de la experiencia de usuario para dar una respuesta rápida y eficaz al cliente, a través de la aplicación de las nuevas tecnologías. Esto seguirá siendo una diferencia frente a las aseguradoras tradicionales que, aunque están dando pasos en el ámbito tecnológico, aún siguen fallando en estos aspectos. Según el Informe Mundial de Insurtech 2020, solo el 19% de las aseguradoras tiene procesos sin contacto, el 29% tiene capacidades de diseño centradas en las personas y sistemas preparados para funcionar digitalmente, el 38% ha implementado API (aplicaciones) abiertas y el 48% tiene una empresa nativa en la nube. En esto, las Insurtech superan con creces a las aseguradoras tradicionales, ya que parten de estructuras mucho más lean (sencillas) y, por lo tanto, tienen una menor deuda técnica (Capgemini-EFMA, 2020).





8

Cap. 8

España: evolución y tendencias

> El sector Insurtech está creciendo a pasos agigantados, tanto a nivel español como mundial. A pesar de que España es un país en el que las aseguradoras tradicionales tienen un peso muy importante, la revolución Insurtech se está abriendo paso a gran velocidad, siendo el tercer país de Europa y Latinoamérica en inversión en Insurtech y el séptimo del mundo, en un mercado liderado por Estados Unidos (44%) (Statista Research Document, 2021).

Según Finnovating, el mapa Insurtech en España contaba con 197 empresas, que empleaban a más de 4.500 profesionales, a finales de 2019, agrupadas en las 5 verticales, descritas anteriormente, y con una inversión superior a los 3.000 millones de euros en los últimos cinco años. Principalmente están ubicadas en Madrid (40%) (Finnovating, 2021).



Figura 3

Mapa de las Insurtech en España en 2020

Fuente:

https://www.finnovating.com/news/wp-content/uploads/2019/12/Spain_Insurtech_NOV_2019_V4.5-B-1.jpg



En los últimos años, a medida que ha ido evolucionando el negocio de las Insurtech, se ha ido creando un ecosistema, impulsado tanto por iniciativa privada como por administraciones públicas, en el que debemos destacar:

- **Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI):** creada para promover un entorno favorable para el desarrollo de startups y empresas Fintech e Insurtech en España, con un total de 150 empresas asociadas, a finales de 2020.
- **Espacios dedicados a la innovación:** por ejemplo, Insur Space Mapfre, Santa Lucía Impulsa, AXA Opensurance, además de otras aseguradoras nacionales como Caser, Mutua Madrileña, Línea Directa e internacionales, que han decidido establecer centros de innovación en Madrid como Munich RE o Nationale-Nederlanden.
- **Aceleradoras e incubadoras:** Radar insomnia, F10.
- **Laboratorios y estudios periódicos:** laboratorio de innovación en Seguros de Capgemini y Actualidad Aseguradora o los reportes periódicos de Finnovating.

La evolución del sector se dirige hacia alianzas entre las aseguradoras y las Insurtech, ya que, como está pasando con las Fintech, las bigtech empiezan a amenazar el sector asegurador sacando sus propios productos (un ejemplo de ello es Amazon Protect o Apple Care, para asegurar los productos adquiridos en sus marketplaces o incluso sus propios productos). Además, el foco en la innovación y desarrollo de productos y servicios hace que las aseguradoras estén destinando espacios físicos y recursos, tanto materiales como financieros, al desarrollo de startups relacionadas con los seguros, ya que esta es una de las principales estrategias para poder luchar contra las BigTech.

En el caso de las principales aseguradoras españolas, podemos destacar las siguientes iniciativas (Prieto, 2019):



- **Allianz:** Allianz X cuenta con 1.000 millones de euros de presupuesto en el que el grupo invierte en empresas Insurtech, buscando iniciativas que puedan contribuir a la evolución digital del modelo de negocio de Allianz. Cabe destacar la microaseguradora BIMA, que mediante tecnología atiende a clientes de bajos ingresos. Cada inversión tiene un equipo dedicado a buscar sinergias con el negocio de Allianz.



- **Axa:** lleva años colaborando con startups y esta cooperación le permite mejorar sus seguros actuales, creando nuevos productos y abordando el cambio de su modelo de negocio. Una de las últimas innovaciones fue la creación de un sensor que notifica fugas de agua. Actualmente, cuentan con 200 emprendedores de los que unos 10 se convertirán en proyectos colaboradores.



- **Catalana Occidente:** ha firmado un convenio de colaboración con Barcelona Health Club, asociación tecnológica catalana que une centros de innovación digital. Este acuerdo busca promover la innovación en el ramo salud, a través de investigación con startups y formación. También colabora con el programa de intraemprendimiento Xplora.



- **Mapfre:** lanzó Mapfre Insur Space, una aceleradora global para startups en la que se impulsan nuevas soluciones tecnológicas que puedan incorporarse a medio y corto plazo al negocio estratégico de la compañía. Esta aceleradora se concibe como un espacio de colaboración activa en el que se facilita el desarrollo de nuevas ideas, conceptos y productos. Por un lado, buscan ayudar a emprendedores a iniciar el desarrollo de su modelo de negocio y, por otro lado, tutelar a startups para que puedan consolidar su empresa. Actualmente, hay cerca de 20 compañías y, además de esto, invierten en el fondo de capital riesgo Alma Mundi Insurtech Fund.



- **Mutua Madrileña:** tiene inversiones en más de 30 startups, la mitad de ellas a través de Kibo Ventures, fondo en el que está acompañado por Telefónica y CDTI. En este fondo, se han desarrollado varias iniciativas como Flywire, Carto, Captio, Qustodio. Además, ha desarrollado con Bdeo un sistema de videoperitación que utilizan en el ramo de autos, con el que evitan determinados costes al peritar un vehículo y pueden realizarlo con mayor rapidez, trasladando esta ventaja al usuario final. Además, participa en la aceleradora de startup Antai Venture Builder, con una inversión de 5 millones de euros; este último movimiento ha supuesto crear su primer laboratorio de innovación abierta para aprovechar sinergias con las Insurtech, mediante la creación de nuevos canales de distribución



- **Sanitas:** a través del programa Disruptive conecta empleados con startups durante 3 meses, buscando trabajar en prevención, inteligencia artificial, analítica de datos y robótica. Este programa aporta una mirada diferente sobre las formas de trabajo, la innovación e ideas disruptivas con un alto capital.



- **Santa Lucía:** creó los Premios Santa Lucía a la innovación, buscando acelerar empresas del ecosistema Fintech con menos de 4 años que tuvieran un proyecto mínimo viable con enfoque innovador y centrado en el sector seguros. Busca crear sinergias con sus modelos de negocio y, por ejemplo, en la última edición el ganador fue Nodalblock, que busca simplificar la gestión de siniestros de hogar.



- **Vidacaixa:** está buscando desarrollar capacidades tecnológicas con la participación de emprendedores en la cadena de valor. La entidad ha analizado 80 startups en menos de un año y medio y ha establecido conversaciones con una veintena. Actualmente, está colaborando con emprendedores en diferentes proyectos tecnológicos y de inteligencia artificial.

En este contexto, España ha pasado a ser un mercado muy interesante para la industria Insurtech debido a la tradición del sector en su economía y a la penetración de las nuevas tecnologías en la sociedad. Se está trabajando en legislar el sector (sandbox regulatorio), ya que, por sus características, España es un país atractivo para la inversión extranjera y es necesario dotar de seguridad jurídica a las empresas existentes y al sector en general.





9

Cap. 9

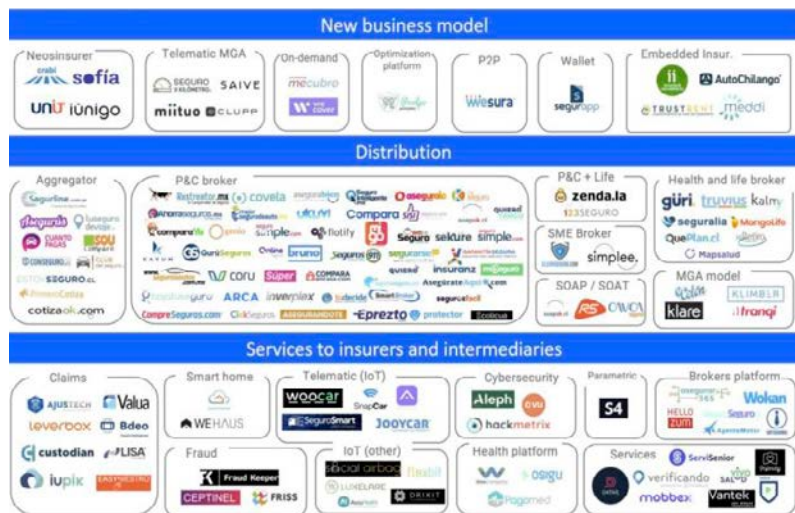
Latinoamérica: evolución y tendencias

> El sector asegurador está inmerso en un proceso de disrupción digital en el que encontramos una considerable distancia de la penetración del sector asegurador en la región de Latinoamérica respecto a las cifras globales, pese a los esfuerzos de la asociación A2ii (Access to Insurance Initiative)² que engloba a reguladores y supervisores de seguros de mercados emergentes y países en desarrollo para promover el acceso a un seguro responsable e inclusivo para toda la población mundial. Así, el Índice de penetración primas/PIB se sitúa en un 2,9% en 2019 (correspondiendo 1,35% al segmento de vida respecto al 1,55% del segmento no vida), muy lejos de países como Reino Unido (14,3%), Dinamarca (10,7%) o Finlandia (10,1%). Sin embargo, la creciente evolución en el acceso, de los ciudadanos de Latinoamérica, a la tecnología, a través de los smartphones, está creando un entorno idóneo para la inclusión de la población en el sector y de la posterior explosión del ecosistema Insurtech (Fundación Mapfre, 2020)(Fernández, 2020).



Figura 4

Número de transacciones Insurtech por región



Fuente:
 1 Quarterly InsurTech Briefing Q4 2020. www.cbinsights.com
 2 <https://www.the-digital-insurer.com/wp-content/uploads/2020/04/latam3.png-800x565.jpg>

2 <https://a2ii.org/>

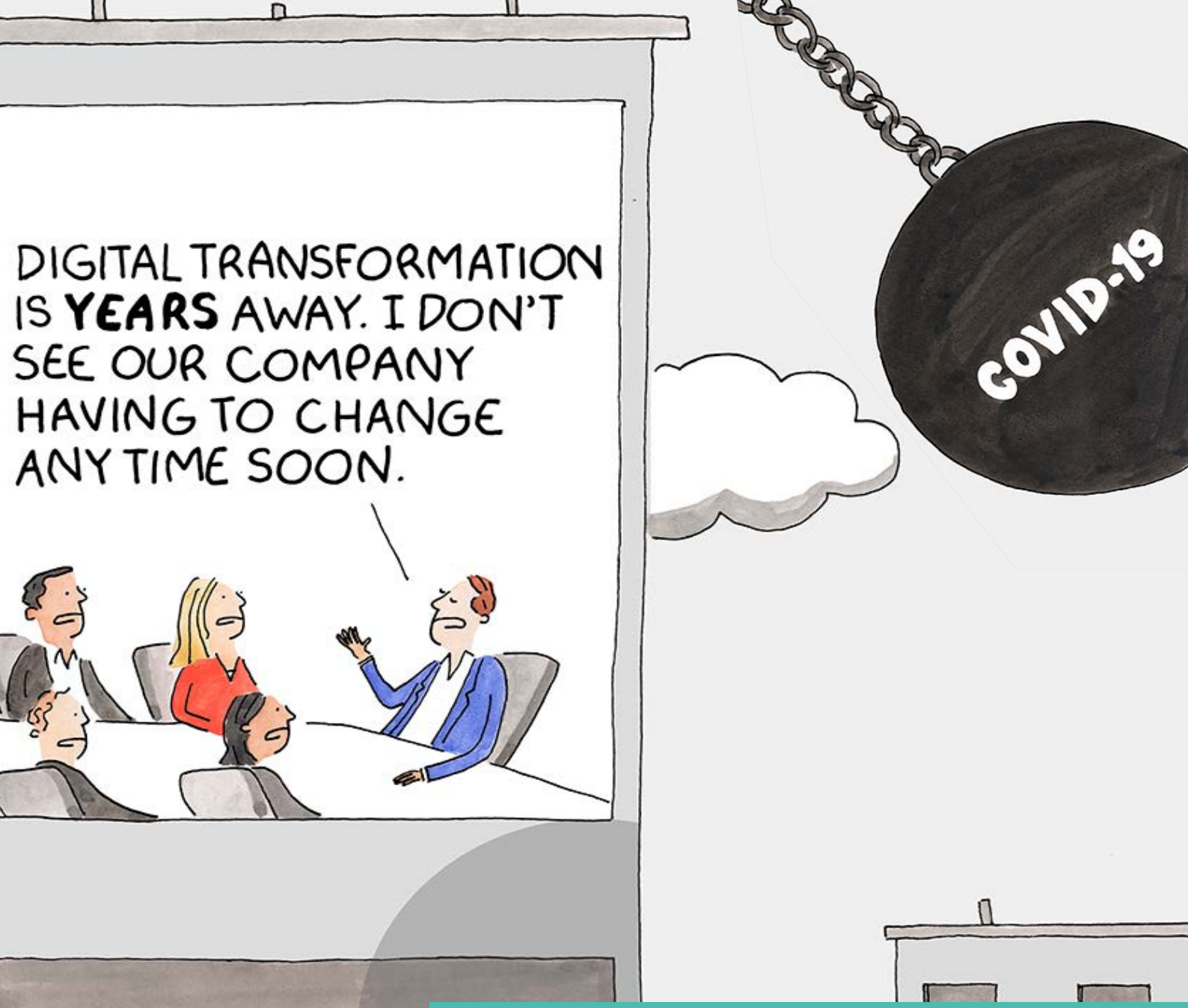
Según The Digital Insurer, a finales de 2020 Latinoamérica contaba con 281 Insurtech en los principales países de la región, con un crecimiento del 29% el último año.

De estas, hay al menos 100 empresas en Brasil, a la cabeza del continente representando el 37% de este tipo de iniciativas. Sin embargo, el principal problema de las startups brasileñas es que no tienen transcendencia más allá de sus fronteras. Analizando el ecosistema Insurtech de Brasil, nos encontramos con que el 6% de sus empresas buscan desafiar los modelos de negocio tradicionales, con innovaciones como el modelo "pay when you drive" o modelos "peer to peer insurance". El 38% se centran en los modelos disruptivos de distribución, generalmente brokers online. El 56% restante se centra en modelos colaborativos que aporten a la cadena de valor, como por ejemplo aplicaciones que ayuden a reducir costes judiciales u otras que aporten soluciones a los brokers. Este 56% en Brasil contrasta con el 33% de este segmento en el total de Latinoamérica, llegando a la conclusión de que las insurtechs brasileñas están centradas en propuestas de valor pequeñas y bien definidas.

Aunque Brasil y México, ambas con aproximadamente el 20% de las Insurtech de la región, están a la cabeza y tienen potencial de expansión fuera de su país de origen, hay otros mercados como el argentino (18% del peso de la región) que cuenta con empresas que han dado ya el salto a otros puntos de Latinoamérica, seguido por Chile (11%) y Colombia (8%) que también están empezando a operar en el resto del continente (The Digital Insurer, 2020).

El ecosistema Insurtech está en alza en Latinoamérica, pero no ha hecho más que comenzar el despegue; por ello, los sectores financiero y asegurador están creando radares para comprender la realidad del sector en Latinoamérica (Finnovista, 2020). El objetivo de estos radares es difundir estas startups para llegar a ponerse en contacto con las aseguradoras y otros inversores y poder acelerar la innovación y cambio en el sector, por supuesto, facilitando la inversión extranjera.





10

Cap. 10

Insurtech en el contexto Covid

> La pandemia de la COVID-19 ha cambiado la manera de relacionarse de las personas, tanto entre ellas como con las empresas, y ha forzado la transformación digital de la sociedad de una manera abrupta. Según un reciente estudio de la consultora EY-Parthenon, una amplia mayoría de los españoles cree que la crisis traerá cambios en las relaciones sociales, valores y hábitos de compra. Siete de cada diez españoles creen que la crisis cambiará permanentemente su forma de entender las relaciones sociales y la escala de valores, reduciendo y estrechando la vida social, y seis de cada diez cambiarán sus hábitos de compra y consumo, incrementando el nivel de digitalización mediante el uso de apps y de tecnologías digitales (EY-Parthenon, 2020).

Además, otro estudio reciente de la misma consultora destaca que el impacto de la crisis sanitaria en los bolsillos de los ciudadanos ha sido significativo: el 87% de los mexicanos, peruanos y colombianos redujeron sus ingresos durante la pandemia (EY, 2020). Esto también ha afectado sobremedida a las pequeñas y medianas empresas: el 95% de las Pymes de México y Colombia ha perdido ingresos por las medidas de distanciamiento social, mientras que 50% cerró operaciones por completo. Además, la mitad de las Pymes declaró necesitar financiación externa para poder sobrevivir los próximos 3 meses. (EY, 2021)

La tensión económica de los ciudadanos y los cambios en las relaciones personales y con las compañías no son, desde luego, las condiciones de contorno óptimas para el crecimiento de la economía. Sin embargo, es precisamente en el ámbito digital donde surge la oportunidad para las empresas.



Figura 5

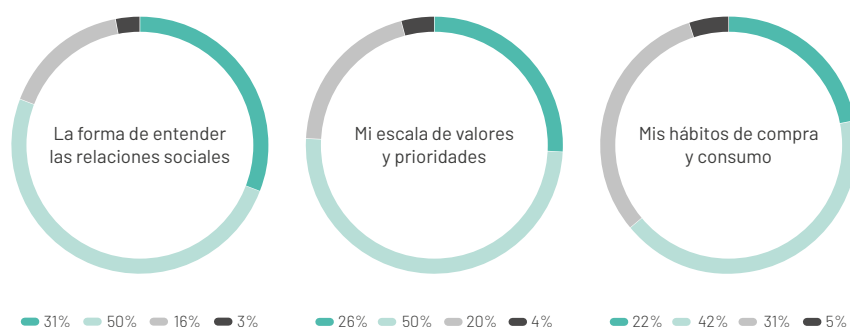
Encuesta del impacto de la COVID-19 en la sociedad

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Fuente:
https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/topics/consumer-products/ey-informe-completo-deconstruyendo-al-consumidor.pdf

¿Dirías que la crisis sanitaria que estamos viviendo va a cambiar permanentemente los siguientes aspectos?

Datos en %



Por otro lado, en el ámbito de los seguros el impacto de la COVID-19 ha afectado de manera dispar a los diferentes ramos del mercado. En concreto, al incrementar notablemente el número de fallecimientos y de personas enfermas, se produjo un aumento de las reclamaciones en los ramos de vida y salud, mientras que, con los confinamientos y las restricciones al transporte y el ocio, cayeron las reclamaciones de los ramos viajes y automóvil. Según el Informe Mundial de Insurtech 2020, a pesar de que más del 90% de las empresas del sector servicios tienen la capacidad de seguir trabajando de manera remota, sí que han notado el impacto de la COVID-19 en la captación y retención de clientes (Capgemini-EFMA, 2020).

Por tanto, para mejorar las capacidades en un contexto tan complejo, las aseguradoras tienen dos opciones: por un lado, construir o comprar tecnología y activos (crecimiento inorgánico); por otro, colaborar con terceros (cooperación). Esta decisión se suele tomar en función de factores tales como los tiempos de implementación, las inversiones requeridas o la capacidad para diferenciarse, pero a corto plazo siempre es más fácil colaborar con especialistas.

De hecho, el interés por trabajar de manera conjunta entre los diferentes actores del sector ha ido en aumento, según el Informe Mundial de Insurtech 2020:

- El 67% de las aseguradoras quiere colaborar con empresas Insurtech.
- El 85% de las Insurtech quiere asociarse con proveedores de tecnología, mientras que el 83% quiere colaborar con las aseguradoras.
- Más del 60% de las aseguradoras e Insurtech está interesada en colaborar con las grandes empresas tecnológicas,

Todavía quedan pasos por dar, ya que las empresas tradicionales tienen que seguir trabajando con mentalidad cooperativa de la mano de compañías que antes identificaba como competidores (co-competition), lo cual es fundamental para que se pueda ofrecer, a los clientes, una experiencia de usuario mejor, que es lo primordial en un contexto cada vez más digital.





11

Cap. 11

Conclusiones

> En este contexto, surgen una serie de reflexiones sobre el cambio radical que está provocando la tecnología en el sector asegurador, que deberían tener un beneficio relevante en el consumidor final:

Democratización de los seguros: el mundo está transformándose y estamos viviendo la era digital. La proliferación de las compañías Insurtech permitirá que la población que no tenía acceso a productos de seguros ahora pueda hacerlo desde su teléfono móvil, eliminando barreras de entrada y ampliando el mercado potencial en todos los diferentes ramos de seguros (salud, hogar, automóvil, vida, etc.).

Los datos son y seguirán siendo el eje: para poder ofrecer una oferta más personalizada y, a la vez, tener un mayor control económico del ingreso por cliente, las compañías siguen trabajando en disponer de la mayor información de los clientes (ya sea por fuentes internas o externas), y apoyándose en herramientas tecnológicas, Inteligencia Artificial y perfiles especialistas.

Colaboración cross-sectorial: el sector de los seguros ha estado tradicionalmente ligado a otros sectores como el sanitario, el financiero o el automovilístico, entre otros, y eso seguirá pasando en el ámbito Insurtech, en el que se buscan otros modelos de negocio que fomenten la colaboración entre empresas, con el fin de desarrollar nuevos productos y servicios con un componente tecnológico mayor para los clientes.

Diferentes velocidades, pero con un mismo destino: el mercado de las pólizas de seguros difiere entre países desarrollados y países emergentes, donde aún existe un gran potencial de penetración. Aun en ese sentido, la irrupción de las Insurtech está creciendo en todos los ámbitos, siempre manteniendo el fin de la captación y retención de clientes a los que proporcionar productos y servicios con un componente más digital y ofrecerles una experiencia de usuario agradable.

La Pandemia como catalizador del uso digital: la situación post-pandemia del COVID-19 ha cambiado la manera de relacionarse de las personas con las empresas y ha fomentado el uso de herramientas digitales "para todo", acelerando la transformación digital de manera radical. Esto favorecerá la adopción de soluciones Insurtech por parte de los clientes y promoverá el uso de la tecnología digital por parte de las empresas.

Bibliografía

1

AEFI. (17 de octubre de 2017). RegTech vs. LegalTech: ¿en qué se diferencian? Obtenido de AEFI: <https://www.asociacionfintech.es/noticias-del-sector/regtech-vs-legaltech-en-que-se-diferencian>

2

AFI. (14 de octubre de 2020). El protagonismo de la bancaseguros en España en la segunda ola de integración bancaria. Obtenido de AFI: <https://www.afi-research.es/InfoR/descargas/2021020/1612908/EI-protagonismo-de-la-bancaseguros-en-Espana-en-la-segunda-ola-de-integracion-bancaria.pdf>

3

BBVA. (14 de enero de 2020). BBVA.com. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/Fintech-proptech-femtech-edtech-demas-parientes/>

4

Boletín Oficial del Estado. (14 de noviembre de 2020). Ley 7/2020, de 13 de noviembre, para la transformación digital del sistema financiero. Obtenido de BOE: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-14205

5

Capgemini-EFMA. (16 de septiembre de 2020). World InsurTech Report 2020. Obtenido de Capgemini: <https://www.capgemini.com/es-es/news/world-insurtech-report-2020/>

6

Carrasco, G. (2018). El origen de los seguros. Obtenido de Faro de Vigo: <https://www.farodevigo.es/ideas/miralfuturo/el-origen-de-los-seguros.html>

7

Digital McKinsey. (marzo de 2017). McKinsey . Obtenido de Digital disruption in insurance: Cutting through the noise: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/time%20for%20insurance%20companies%20to%20face%20digital%20reality/digital-disruption-in-insurance.ashx>

8

Donati, A. K. (24 de septiembre de 2018). 7 Questions On Proptech That Will Make You Sound Like A Pro. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/angelicakrystledonati/2018/09/24/7-questions-on-proptech-that-will-make-you-sound-like-a-pro/>

9

EY. (17 de agosto de 2020). Perspectivas del Covid-19 en el sector financiero. Obtenido de EY: https://www.ey.com/es_ec/covid-19/perspectivas-del-covid-19-en-el-sector-financiero

10

EY. (2021). COVID-19, the road back to consumption in Latam. Obtenido de EY: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_mx/topics/strategy/ey-covid-19-the-road-back-to-consumption-in-latam.pdf

11

EY-Parthenon. (2020). Deconstruyendo al consumidor. Obtenido de EY: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/topics/consumer-products/ey-informe-completo-deconstruyendo-al-consumidor.pdf

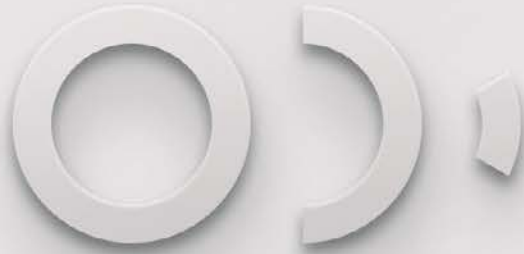
12

Fernández, R. (2020). Ratio de penetración del seguro en Europa en base al PIB. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1166571/ratio-de-penetracion-del-seguro-en-europa-en-base-al-pib-nacional/>

13

Finnovating. (2021). Mapa Insurtech España. Obtenido de Finnovating: <https://www.finnovating.com/news/mapa-insurtech-espana/>

14	Finnovista. (2020). Radares Fintech. Obtenido de Finnovista: https://www.finnovista.com/que-hacemos/insights/radares/
15	FT Partners Research. (marzo de 2021). 2020 Annual insurtech Almanac. Obtenido de FT Partners Research: https://ftpartners.docsend.com/view/qfp76zetqm9c9std
16	Fundación Mapfre. (2020). The Latin American insurance market in 2019. Obtenido de Fundación Mapfre: https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.do?path=1109011
17	Fundeu RAE. (4 de abril de 2016). tecnofinanzas o sector tecnofinanciero, alternativas a fintech. Obtenido de Fundeu: https://www.fundeu.es/recomendacion/fintech-tecnofinanzas-sector-tecnofinanciero/
18	Lacayo, Jorge. (17 de agosto de 2020). Perspectivas del Covid-19 en el sector financiero. Obtenido de EY: https://www.ey.com/es_ec/covid-19/perspectivas-del-covid-19-en-el-sector-financiero
19	MarcomCentral. (15 de septiembre de 2020). What Is Marketing Technology (MarTech) and Why Do You Need It? Obtenido de Marcom: https://marcom.com/what-is-marketing-technology/
20	Porch Research. (8 de marzo de 2021). Report: What Is The State of InsurTech in 2021? Obtenido de Porch: https://porch.com/advice/report-state-insurtech-2021
21	Prieto, M. (11 de noviembre de 2019). Las aseguradoras tienden la mano a las 'insurtech'. Obtenido de Expansión: https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2019/11/19/5db096afe5fdeaa5418b4696.html
22	PwC. (marzo de 2016). InsurTech: A golden opportunity for insurers to innovate. Obtenido de PwC: https://www.pwc.com/us/en/insurance/publications/assets/pwc-top-issues-insurtech.pdf
23	Richmond, J. (31 de diciembre de 2016). The New Year Of Optimisim For Femtech. Obtenido de Forbes: https://www.forbes.com/sites/jillrichmond/2016/12/31/the-new-year-of-optimisim-for-femtech/?sh=3de151654c97
24	Rothmayr, U. (4 de octubre de 2020). Fintech, o cómo maximizar la satisfacción de tus clientes. Obtenido de Three Points: http://crm.threepoints.com/comunicacion/informes/ThreePoints_Fintech_o_como_maximizar_la_satisfaccion_de_tus_clientes.pdf
25	Seminario, F. (8 de marzo de 2021). BID plantea sandbox regional ante auge de innovación en Latam y el Caribe. Obtenido de lupana: https://iupana.com/2021/03/08/exclusivo-bid-plantea-sandbox-regional/
26	Statista Research Document. (5 de febrero de 2021). Share of insurtech transactions in selected countries worldwide Q42020. Obtenido de Statis: https://www.statista.com/statistics/719927/share-of-insurtech-transactions-in-selected-countries/
27	The Digital Insurer. (agosto de 2020). La realidad de las Insurtech en Brasil vs el resto de Latinoamérica. Obtenido de The Digital Insurer: https://www.the-digital-insurer.com/la-realidad-de-las-insurtechs-en-brasil-vs-el-resto-de-latinoamerica/
28	Willis Towers Watson - CB Insights. (enero de 2021). Quarterly InsurTech Briefing Q4 2020. Willis Towers Watson.
29	Woo, S. (30 de enero de 2017). What's Better in the Classroom—Teacher or Machine? Obtenido de WSJ: https://www.wsj.com/articles/whats-better-in-the-classroomteacher-or-machine-1485772201





threepoints.com

Avinguda de Josep Tarradellas i Joan, 171 - 177
08901 Hospitalet de Llobregat, Barcelona



De:
 Planeta Formación y Universidades