

Contacto con medios:

Karen Morales

Tel.: +52 55 6230 7669

E-mail: karen.morales@bcw-global.com

World InsurTech Report 2021: El acceso sin precedentes a la inversión de capital impulsa la madurez de InsurTech y BigTech y la adopción por parte de los clientes

Por primera vez, el 50% de los clientes de seguros está dispuesto a considerar la cobertura de los nuevos actores digitales, mientras que los operadores tradicionales buscan asociaciones estratégicas para seguir siendo competitivos.

París, a 11 de octubre de 2021 – El estudio [World InsurTech Report 2021](#) de [Capgemini](#) y [Efma](#) revela que las InsurTech y los actores de BigTech están aprovechando importantes entradas de capital para impulsar el desarrollo tecnológico y alimentar la innovación, aumentando la presión sobre las aseguradoras tradicionales. Los actores digitales de la nueva era están ofreciendo una mayor personalización y haciendo hincapié en la experiencia del cliente, logrando así la madurez y la adopción de los clientes. En respuesta, las aseguradoras tradicionales intentan fortalecer sus capacidades tecnológicas asociándose o adquiriendo InsurTechs y pasando de "hacer digital" a "ser digital".

Según el reporte, los gigantes tecnológicos y las InsurTech han conseguido un acceso sin precedentes a la asignación de capital por parte de los inversionistas y están apuntalando sus capacidades digitales, aumentando su liderazgo como precursores de la innovación. Entre 2018-2020, las 5 mayores compañías tecnológicas y un famoso fabricante de automóviles que ofrece servicios de seguros, sumaron en total casi 2.5 veces la capitalización total del mercado de las 30 mayores aseguradoras a nivel global en 2020¹. Para finales de 2020, la capitalización de mercado total de las InsurTech cotizadas superó los USD\$ 22 mil millones². Las InsurTech se están convirtiendo rápidamente en la principal inversión, con una serie de inversionistas que favorece y posibilita la circulación de capital de manera fluida. Los inversionistas de capital de riesgo oportunistas y los socios de capital privado están desplegando el capital de la etapa inicial. Por su parte, las reaseguradoras desempeñan activamente dos roles fundamentales: habilitar a las InsurTechs a través de inversiones y proporcionar una capacidad de suscripción esencial.

CARE se convierte en el ingrediente secreto del sector

La pandemia de COVID-19 impulsó la intención de los clientes de adquirir un seguro (un 7% más) y los asegurados se inclinan cada vez más en favor de las aseguradoras que ofrecen un mejor cuidado ('CARE'³ por sus siglas en inglés), donde la conveniencia, la asesoría y el alcance están en el centro del diseño y la evaluación de la eficacia de su recorrido del cliente. Actualmente, los asegurados ya no dudan a la hora de descartar a un proveedor en busca de soluciones CARE más

¹ Análisis financiero de Capgemini basado en datos de [Yahoo Finance](#) y [CompaniesMarketCap](#).

² Análisis financiero de Capgemini basado en datos de [CompaniesMarketCap](#).

³ CARE es el acrónimo de Convenience, Advice, Reach donde C significa que los clientes buscan **conveniencia** 24/7, un tiempo de respuesta rápido y acceso multicanal a la información de la póliza, y a la gestión de la cuenta. A: Los clientes quieren **asesoría** personalizada y productos adaptados a sus necesidades, así como la posibilidad de gestionar su perfil de riesgo a lo largo del ciclo de vida de su póliza. RE: Los clientes esperan que las aseguradoras se pongan en **contacto** con ellos y se involucren activamente de acuerdo con sus preferencias, por ejemplo, a través de propuestas de prevención de riesgos o de la posibilidad de ofrecer una asistencia no intrusiva en momentos de necesidad.

relevantes. Por primera vez, el 50% de los clientes está dispuesto a considerar la cobertura actores nuevos.

Las tecnologías digitales hacen la diferencia para los nuevos actores con abundante capital de inversión

Las InsurTech están aprovechando la afluencia de capital de los inversionistas para mejorar aún más sus ofertas de CARE a través de las tecnologías digitales, incluyendo la IA/modelado predictivo, análisis de datos avanzados, API/seguro abierto y IoT/dispositivos conectados. Las InsurTech conocen las expectativas de los clientes y, aunque la comodidad ha estado en el centro de las propuestas InsurTech durante algún tiempo, las prioridades están cambiando ahora hacia el alcance. Aunque los operadores tradicionales están experimentando retos evidentes en materia de datos y análisis (solo una cuarta parte de las aseguradoras confía en sus capacidades de manejo de datos), no están de brazos cruzados. Para eludir y superar estas limitaciones, muchas aseguradoras tradicionales están comprando y asociándose con nuevos actores digitales para mejorar sus capacidades y su propuesta de valor como parte de la ecuación CARE, con un enfoque especial en el alcance.

"La industria de los seguros está evolucionando, la palabra clave para su futuro es la modularidad. Las aseguradoras deben estar preparadas para afrontar una amplia variedad de escenarios futuros. Las ofertas, los sistemas y las estructuras organizacionales modulares serán indispensables para crear un cambio de valor sólido y con capacidad de respuesta. En los próximos años, los actores del sector se definirán por su solidez dentro de una cadena de valor hiperespecializada, y las aseguradoras se convertirán cada vez más en orquestadoras", explicó Anirban Bose, director general de Servicios Financieros de Capgemini y miembro del Consejo Ejecutivo del Grupo.

Los seguros están cambiando de la venta de productos a la atención y protección de los clientes, y a medida que se reducen los límites entre los participantes en el sector de los seguros, el reporte predice la aparición de dos escenarios, que se verán facilitados por el acceso continuo al capital:

- 1. El seguro integrado como valor agregado dentro de ecosistemas de terceros:** La cobertura se integra en el punto de venta o en el del servicio, haciéndose prácticamente invisible. El modelo de negocio evoluciona hacia una propuesta B2B2C, en la que los socios del ecosistema controlan las relaciones con los clientes.
- 2. Valor agregado en el centro de las ofertas complejas:** Las aseguradoras evolucionan de la venta de productos a la atención de los clientes con un enfoque CARE, a través de propuestas de predicción y prevención habilitadas por la IA y la analítica.

"A medida que las aseguradoras tradicionales expanden sus ecosistemas para seguir siendo competitivas, deben considerar cada vez más el valor que se puede lograr a través de socios de confianza, incluyendo BigTechs, InsurTechs y actores no tradicionales como los fabricantes de equipos originales (OEM). Las cifras sugieren claramente que el crecimiento exponencial de las InsurTech ha llegado para quedarse, por lo que ofrecer una atención superior al cliente es esencial. El éxito futuro del sector dependerá de las capacidades existentes de los actores en toda la cadena de valor, de su voluntad de invertir y de su deseo de apropiarse de la relación con el cliente", señaló John Berry, director general de Efma.

Metodología del reporte

El World InsurTech Report (WITR) 2021 se basa en la información obtenida a partir de numerosas encuestas, mesas redondas y entrevistas: *World InsurTech Report 2021 Roundtable Discussions, World InsurTech Report 2020-2021 Executive Interviews, 2020 Global Insurance Executive Interviews, 2020-2021 Global Insurance Voice of the Customer Survey, Capgemini COVID-19 Consumer Survey 2021, Capgemini InsurTech Landscape Study 2020-2021, así como el análisis realizado en 2021 de las asociaciones de las Insurtech*. El reporte incluye un análisis realizado a más de 900 InsurTechs enfocadas en los Estados Unidos y Europa, divididas en tres grandes categorías como proveedoras completas, distribuidores y habilitadores. El análisis extrae información sobre la tasa de crecimiento de InsurTech entre 2020-2021 y el financiamiento obtenido para el periodo 2020-2021.

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial en la asociación con empresas para transformar y gestionar su negocio aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía cada día por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con 290,000 miembros en casi 50 países. Con su sólida herencia de 50 años y su profunda experiencia en la industria, Capgemini cuenta con la confianza de sus clientes para abordar toda la amplitud de sus necesidades empresariales, desde la estrategia y el diseño hasta las operaciones, impulsadas por el mundo innovador y en rápida evolución de la nube, los datos, la IA, la conectividad, el software, la ingeniería digital y las plataformas. El Grupo registró en 2020 unos ingresos globales de 16,000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com

Acerca de Efma

Organización mundial sin ánimo de lucro creada en 1971 por bancos y compañías de seguros, Efma facilita la creación de redes entre los responsables de la toma de decisiones. Proporciona información de calidad para ayudar a los bancos y compañías de seguros a tomar las decisiones correctas para fomentar la innovación e impulsar su transformación. 120 grupos financieros de 133 países son miembros de Efma. Con sede en París. Oficinas en Londres, Bruselas, Andorra, Milán, Estocolmo, Bratislava, Varsovia, Moscú, Estambul, Beirut, Dubai, Tokio, Singapur, Sidney y Montreal. Más información: www.efma.com