

Informe Mundial de InsurTech 2021: El acceso preferencial 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 los operadores tradicionales buscan asociaciones estratégicas para seguir siendo competitivos.

Madrid, 16 de septiembre de 2021- El [Informe Mundial de InsurTech 2021](#) de [Capgemini](#) y [Efma](#), publicado hoy, revela que las InsurTechs 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 por parte de los clientes. En respuesta, las aseguradoras tradicionales intentan reforzar sus capacidades tecnológicas asociándose o adquiriendo InsurTechs y pasando de "hacer digital" a "ser digital".

Según el informe, las grandes compañías tecnológicas y las InsurTechs se han asegurado un acceso preferencial a la asignación de capital por parte de los inversores y están reforzando sus capacidades digitales, aumentando su posición como líderes en innovación. Entre 2018-2020, las 5 mayores empresas tecnológicas y un famoso fabricante de automóviles que ofrece servicios de seguros sumaron casi 2,5 veces la capitalización total del mercado de las 30 mayores aseguradoras a nivel mundial en 2020¹. A finales de 2020, la capitalización de mercado total de las InsurTechs cotizadas superó los 22.000 millones de dólares². Las InsurTechs se están convirtiendo rápidamente en el objeto de deseo de muchos inversores, cuyo apoyo favorece y posibilita la circulación del capital de una manera fluida y constante. Los inversores de capital riesgo oportunistas y los socios de capital privado están desplegando el capital de la fase inicial. Por su parte, las reaseguradoras desempeñan activamente dos funciones fundamentales: capacitar a las Insurtechs mediante inversiones y proporcionar capacidades de suscripción esenciales.

"CARE" se convierte en el ingrediente secreto del sector

La pandemia de COVID-19 catalizó la intención de los clientes de comprar un seguro (aumentó un 7%) y cada vez más, los asegurados gravitan hacia las aseguradoras que ofrecen un mejor "CARE"³, donde la conveniencia, el asesoramiento y el alcance son el centro del diseño y la

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

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

³ C: Los clientes quieren una **conveniencia** 24 horas al día, 7 días a la semana – tiempo de respuesta rápido y acceso multicanal a la información de la póliza y a la gestión de la cuenta. A: Los clientes quieren un **asesoramiento** personalizado: productos adaptados a sus necesidades, así como la posibilidad de gestionar su perfil de riesgo a lo largo



evaluación de la eficacia de su viaje del cliente. Hoy en día, los asegurados ya no dudan a la hora de abandonar un proveedor en busca de soluciones CARE más relevantes. Por primera vez, el 50% de los clientes está dispuesto a considerar la cobertura de un actor de la nueva era.

Las tecnologías digitales marcan la diferencia para los actores de la nueva era con abundante capital de inversión

Las InsurTechs están aprovechando la afluencia de capital de los inversores para mejorar aún más sus ofertas de CARE a través de tecnologías digitales, incluyendo la IA/modelo predictivo, análisis de datos avanzados, API/seguro abierto e IoT/dispositivos conectados. Las InsurTechs son conscientes de 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 claros desafíos en materia de datos y análisis (sólo una cuarta parte de las aseguradoras confía en sus capacidades de manejo de datos), no están de brazos cruzados. Para sortear y superar estas limitaciones, muchas aseguradoras tradicionales están comprando y asociándose con actores digitales de la nueva era para mejorar sus capacidades y su propuesta de valor como parte de la ecuación CARE, con un enfoque especial en el alcance.

"El sector de los seguros está evolucionando, la palabra clave para su futuro es la modularidad. Las aseguradoras deben estar preparadas para afrontar una amplia gama de escenarios futuros. Las ofertas, los sistemas y las estructuras organizativas 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 fuerza dentro de una cadena de valor hiperespecializada, y las aseguradoras se convertirán cada vez más en orquestadoras", explica Anirban Bose, Director General de Servicios Financieros de Capgemini y miembro del Consejo Ejecutivo del Grupo.

Los seguros están pasando de la venta de productos a la atención y protección de los clientes, y a medida que se desdibujan las líneas entre los participantes en el sector de los seguros, el informe predice la aparición de dos escenarios posibilitados por el acceso continuo al capital:

1. **El seguro integrado como valor añadido en los ecosistemas de terceros:** La cobertura se integra en el punto de venta o en el punto de 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 añadido en el centro de las ofertas complejas:** Las aseguradoras pasan de vender productos a cuidar a los clientes mediante propuestas de predicción y prevención habilitadas por la IA y la analítica.

Según John Berry, Director General de Efma: *"A medida que las aseguradoras tradicionales amplían sus ecosistemas para seguir siendo competitivas, deben considerar cada vez más el valor que se puede conseguir a través de socios de confianza, incluyendo BigTechs, InsurTechs y actores no tradicionales como los fabricantes de equipos originales (OEMs). Las cifras*

del ciclo de vida de su póliza. RE: Los clientes esperan que las aseguradoras se pongan en **contacto** con ellos y se comprometan de forma significativa según sus preferencias, por ejemplo, mediante propuestas de prevención de riesgos o la capacidad de ofrecer una asistencia no intrusiva en momentos de necesidad.



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".

Metodología del informe

El Informe Mundial de InsurTech (WITR) 2021 se basa en los conocimientos de investigación de numerals 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, 2021 InsurTech partnership and analytics analysis*. El informe incluye un análisis de más de 900 InsurTechs centradas en Estados Unidos y Europa, divididas en tres grandes categorías como portadores completos, distribuidores y facilitadores. El análisis extrae información sobre la tasa de crecimiento de InsurTech entre 2020-2021 y la financiación obtenida para el periodo 2020-2021.

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial que acompaña a las 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 construir un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con 290.000 profesionales en cerca de 50 países. Con una sólida trayectoria de 50 años y su gran conocimiento sectorial, Capgemini es reconocida por sus clientes por la capacidad de respuesta a las necesidades de su negocio, desde la estrategia y el diseño hasta la gestión de operaciones, todo ello impulsado por la innovación en áreas como el Cloud, los datos, la IA, la conectividad, el software y las plataformas y entornos digitales. En 2020, el Grupo registró unos ingresos globales de 16.000 millones de euros.

GET THE FUTURE YOU WANT - www.capgemini.com/es-es

Acerca de la 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.

Para saber más: <https://www.efma.com/>