

## La disrupción digital desafía al sector del seguro

*La última edición del informe de Capgemini sobre la industria del seguro —World Insurance Report 2017— señala la creciente popularidad de las InsurTech entre los consumidores, e identifica nuevas oportunidades para las aseguradoras tradicionales.*

**Madrid, 19 de septiembre de 2017 – La última edición del informe anual sobre el sector seguros, [World Insurance Report 2017 \(WIR\)](#), publicado por [Capgemini](#) y [Efma](#), pone de manifiesto que una nueva oleada de tecnologías digitales está presente en la mayoría de los ramos del sector. Además de disruptivo, el fenómeno InsurTech<sup>1</sup> presenta más oportunidades vinculadas a la tecnología que las vistas hasta ahora. Las aseguradoras necesitan establecer una estrategia equilibrada que asegure el retorno de sus inversiones en innovación sin perder su enfoque más tradicional.**

A pesar de su corta historia, las InsurTechs han transformado el mercado. De hecho, de los más de 8.000 consumidores encuestados a nivel mundial en el WIR, cerca de un tercio (31,4%) señaló que confiaba en las InsurTechs para comprar sus productos y servicios de seguros, bien de forma exclusiva o bien en combinación con compañías tradicionales. Los encuestados además destacan que las InsurTechs son cada vez más valoradas por ofrecer servicios más rápidos, eficientes y económicos.

Las InsurTechs responden directamente a las necesidades y preferencias de la preciada Generación Y<sup>2</sup> y de los consumidores con mayores intereses tecnológicos (*tech-savvy*) que buscan comodidad, rapidez y personalización en sus relaciones con entidades financieras. Estos dos segmentos son los que muestran una mayor inclinación a comprar otros productos a sus aseguradoras, convirtiéndose así en una importante fuente de ingresos potenciales. Por otra parte, estos segmentos tienden a ser menos leales, lo que obliga a las aseguradoras a potenciar los puntos de contacto digitales según las preferencias del cliente.

En general, los consumidores no están preparados para romper sus vínculos históricos con las aseguradoras tradicionales. La seguridad y protección contra el fraude (45,9%), el reconocimiento de marca (43,7%) y la interacción personal (41,6%) son las áreas donde las aseguradoras tradicionales obtienen mejor valoración. Además, un 39,8% de los consumidores responde que confía en su aseguradora, frente al 26,3% que confía en las InsurTechs.

Las aseguradoras están de acuerdo en las fortalezas complementarias que suponen modelos de colaboración solventes con las InsurTech. De los más de 100 directivos de aseguradoras entrevistados en 15 países, la

<sup>1</sup> Al igual que sucede en Banca y Capital Markets con el fenómeno Fintech, el término InsurTech se refiere a la aplicación de la tecnología en pro de la eficiencia de los modelos tradicionales del sector asegurador. El fenómeno InsurTech innova con casos prácticos como las pólizas personalizadas, seguros colaborativos, o el uso de datos desde dispositivos móviles para establecer de forma dinámica las primas.

<sup>2</sup> Generación Y: personas con edades comprendidas entre 15 y 34 años. En la encuesta *Voice of the Customer* de Capgemini se consultó a usuarios de entre 18 y 34 años (nacidos entre 1983 y 1999), que representan a los clientes de la Generación Y a los efectos de este documento.

mayoría (75%) indica que el desarrollo de capacidades InsurTech les ayudaría a satisfacer mejor las nuevas demandas de sus clientes. Y más de la mitad (52,7%) coincide en que dichas capacidades les ayudaría a diseñar productos personalizados con mayor rapidez.

Como explicó Jack Dugan, vicepresidente ejecutivo y director de la división de Seguros de Capgemini a nivel mundial: *“Cada vez más los acuerdos de colaboración están siendo bien recibidos para afrontar el fenómeno InsurTech. Las empresas InsurTechs pueden ayudar a las aseguradoras tradicionales a superar obstáculos como la obsolescencia de los sistemas o procesos todavía intensivos en papel. Por su parte, las aseguradoras tradicionales pueden ayudar a las InsurTechs a superar los retos propios de los recién llegados, como los altos costes de captación de clientes o la falta de experiencia en gestión de riesgos”.*

Por su parte, Vincent Bastid, Secretario General de Efma, añadió: *“La continua dependencia de los consumidores en tecnologías digitales que soporten aplicaciones móviles, redes sociales o servicios bajo demanda, deja claro que el mercado de consumo ha entrado en una nueva era. El sector asegurador se debe al gran consumo y debe adaptarse a las nuevas condiciones. Colaborar con las InsurTechs es la mejor manera de cultivar y acelerar la innovación digital.”*

Tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA) y *Blockchain* se han convertido en catalizadores de esta nueva revolución InsurTech, impulsando un sinfín de innovaciones en digitalización, data & analytics e *insurance-as-a-utility*<sup>3</sup>. En este sentido, el *World Insurance Report 2017* de Capgemini sugiere a las aseguradoras que prioricen sus inversiones en innovación sobre la base de una estrategia de sinergias tecnológicas que les permita afrontar de una forma efectiva el interrogante que supone la innovación. Las capacidades útiles para un tipo de innovación a menudo resultan aplicables en otros ámbitos, por lo que es fundamental un análisis de los costes y beneficios de cada inversión. La influencia del fenómeno InsurTech aumentará con el tiempo, obligando a las aseguradoras a responder de un modo exhaustivo en todos sus frentes de actuación.

## Metodología

En su décimo año de publicación, el informe *World Insurance Report* de Capgemini y Efma analiza 21 mercados aseguradores en base a las respuestas recogidas en la encuesta realizada a más de 8.000 clientes y a las entrevistas a más de 100 directivos de la industria aseguradora.

## Acerca de Capgemini

Con más de 190.000 empleados presentes en más de 40 países, Capgemini es líder mundial en consultoría, tecnología y *outsourcing*, que este año 2017 celebra su 50<sup>o</sup> aniversario. En 2016, Capgemini alcanzó unos ingresos de 12.500 millones de euros a nivel mundial. En colaboración con sus clientes, Capgemini crea y proporciona las soluciones tecnológicas, digitales y de negocio que mejor responden a sus necesidades y que les permiten ser innovadores y competitivos. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la [Collaborative Business Experience™](#), basada en su modelo de producción [Rightshore®](#).

Más información en <https://www.capgemini.com/es-es/>

Rightshore® es una marca registrada perteneciente a Capgemini.

La unidad de **Servicios Financieros de Capgemini** ofrece a las entidades bancarias, empresas de capital markets y aseguradoras soluciones de transformación de negocio y TI para responder de una manera ágil a las disrupciones del mercado y aportar a sus clientes un valor diferencial. Un equipo de más de 55.000 profesionales

<sup>3</sup> *Insurance-as-a-utility* se refiere a modelos emergentes que permiten a los consumidores contratar productos de seguros de una manera más flexible y ágil. En la práctica funciona como si se tratara de un suministro básico de agua o electricidad (*utility*).

trabaja de forma colaborativa en diferentes países, dominios y tecnologías, desde la infraestructura hasta las aplicaciones para ofrecer las mejores soluciones a medida de sus más de 1.000 clientes, que representan dos tercios de las mayores instituciones financieras del mundo. El compromiso de los clientes se basa en el reconocido conocimiento de Capgemini Financial Services sobre el sector financiero, liderando el análisis del mercado y en su más de un cuarto de siglo de excelencia en el servicio a sus clientes.

Para más información: [www.es.capgemini.com/servicios-financieros](http://www.es.capgemini.com/servicios-financieros)

### **Acerca de Efma**

Efma es una organización mundial sin ánimo de lucro creada en 1971 por bancos y compañías de seguros que facilita el contacto entre los máximos responsables de ambos sectores. Ofrece información de calidad para ayudar a bancos y compañías de seguros a tomar las decisiones más acertadas, fomentando la innovación y dirigiendo su transformación. Más de 3.300 organizaciones de 130 países pertenecen a Efma, que tiene su sede en París y oficinas en Londres, Bruselas, Barcelona, Estocolmo, Bratislava, Dubái, Bombay y Singapur.

Para más información: [www.efma.com](http://www.efma.com).