

## 4 InsurTech y el ecosistema asegurador disruptivo

El InsurTech está remodelando el mercado asegurador con nuevos actores y creando nuevos productos, servicios y procesos

El ecosistema InsurTech está formado por startups, las cuales desarrollan nuevos modelos de negocio en el sector; gigantes tecnológicos, que están aprovechando su liderazgo tecnológico, y las grandes compañías aseguradoras. Otros sectores de la economía, como por ejemplo, el de la automoción, están convirtiéndose en nuevos agentes en el mercado asegurador. Ante este nuevo entorno, las aseguradoras tradicionales están adaptando su estrategia, por lo que están jugando un papel fundamental en este naciente ecosistema.

### Introducción

El InsurTech puede ser definido como el resultado del uso intensivo de tecnología en el sector asegurador, materializado en nuevos productos y servicios, que está causando una revolución. La revolución del InsurTech está normalmente considerada como una parte del Fintech, bajo las mismas ideas de transformación, aunque la colaboración entre incumbentes y emergentes está creciendo. Las startups han derribado algunas de las barreras de entrada más importantes, mientras que ponen el foco en las deficiencias que tradicionalmente ha acusado el sector, como por ejemplo, la experiencia de usuario. La innovación InsurTech incluye la adopción de nuevas aplicaciones tecnológicas, pero también nuevos modelos de negocio y estructuras corporativas.

El InsurTech todavía adolece de cierta **incertidumbre legal**, especialmente en referencia a los nuevos competidores entrantes y startups, en un sector intensamente regulado. En términos generales, existen varias regulaciones que deben ser tomadas en consideración por las InsurTech, la mayoría de ellas relacionadas con aspectos de su actividad online, incluyendo protección de datos y protección de los consumidores online, entre otros. Además, las aseguradoras 100% digitales tienen que cumplir con la normativa relacionada con el e-commerce y tener en cuenta todos los retos que existen en el ecosistema digital, como es el caso de la ciberseguridad. Esencialmente, estos desafíos regulatorios son bastante similares a los que el Fintech está afrontando. Aun así, determinar la naturaleza concreta de los agentes, es decir, si una compañía es considerada una aseguradora, un broker asegurador, un *marketplace*, un agregador, etc, tiene una particular relevancia en el ecosistema, ya que obviamente, tendrá un impacto a la hora de aplicarle un marco regulatorio u otro.

### Inversión

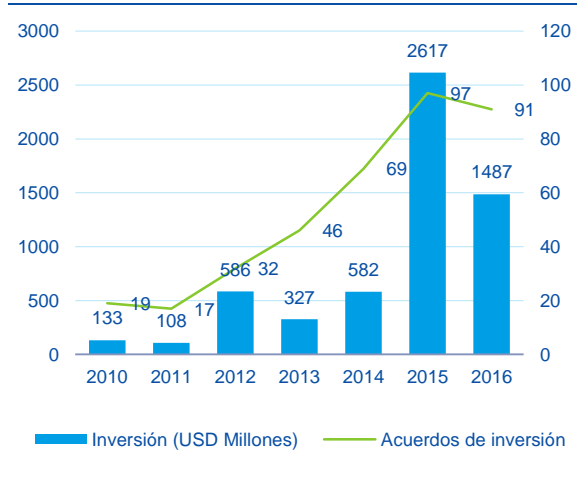
De acuerdo con un informe de KPMG<sup>19</sup>, el InsurTech atrajo USD 2,5 miles de millones de inversión en capital riesgo, un salto muy importante con respecto a los cuatro años anteriores. La inversión anual en startups se **quintuplicó** con respecto a la de hace tres años, con una financiación acumulada que alcanzó los USD 4,3 mil de millones desde 2010. En comparación, los tres primeros trimestres de 2016 han superado los USD 1,4 mil millones en inversión en capital riesgo y un aumento de volumen de actividad de muchas de las compañías aseguradoras tradicionales, las cuales están creando sus propios fondos de financiación con el objetivo de invertir en startups. Todavía es demasiado pronto para apoyar la idea de una próxima desaceleración en el ritmo de inversión, ya que durante los últimos cinco trimestres ha habido importantes inversiones en contadas compañías, lo cual podría ocurrir de nuevo a lo largo de los próximos trimestres.

Sobre una base global, más del 60% de los acuerdos de inversión en capital riesgo tuvieron lugar en EE.UU. durante el segundo trimestre de 2016. No obstante, el Reino Unido también está considerado uno

19: *The Pulse of Fintech, Q2 2016, Global Analysis of Fintech Venture Funding*, KPMG and CB Insights, 2016.

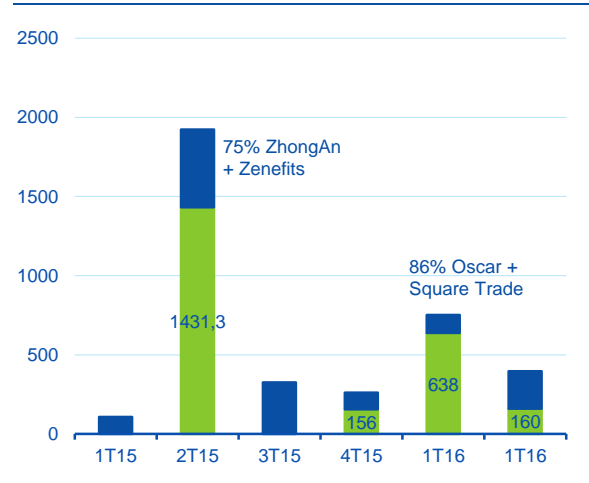
de los líderes más importantes del entorno. De acuerdo con City A.M.<sup>20</sup>, más de USD 22 millones (GBP 16,5 millones) fueron absorbidos por el InsurTech en lo que va de año por el Reino Unido - cerca del triple de la inversión producida en todo el año anterior y creciendo más rápido que cualquier otro país del mundo.

Gráfico 4.1  
Inversión anual en startups de InsurTech \*  
(USD Millones)



\* Nota: actualizado a 9/21/16  
Source: FT Partners

Gráfico 4.2  
Volumen de financiación del InsurTech por trimestres (USD Millones)



\* Nota: actualizado a 9/21/16  
Source: FT Partners

### Comportamiento de los agentes del ecosistema

El surgimiento de todo un nuevo ecosistema basado en el intensivo uso de la tecnología (como es el caso de las startups y los gigantes tecnológicos) ha traído nuevas perspectivas de negocio e ideas disruptivas que amenazan directamente el estado de las compañías aseguradoras tradicionales. Todos estos nuevos concurrentes han forzado la reacción de los incumbentes. Basado en la interacción de los agentes, la dinámica de este nuevo ecosistema puede ser descrita de la siguiente manera:

En primer lugar, puede decirse que las **startups** son el agente más disruptor en este momento, ya que, por su forma de actuar, han incidido directamente en temas que el sector acusaba desde hace mucho tiempo. También se han generado nuevos modelos de negocio basados en seguros **peer-to-peer** (un contrato de seguros recíproco basado en el concepto de economía colaborativa), **seguros basados en el uso** (actividad económica creada por *marketplaces* que satisface la demanda del consumidor a través del acceso inmediato al aprovisionamiento de bienes y servicios, como por ejemplo, el caso de *Pay-as-you-Drive* (pagar en función de cómo conduzcas), en el vertical de seguros de automóvil) o **plataformas de consumidores**, las cuales buscan mejorar la experiencia del consumidor. Estas startups aprovechan en muchos casos las **tecnologías emergentes** que están surgiendo, como el caso del Internet de las Cosas (IoT) para su aplicación en coches inteligentes o casas inteligentes; Big Data para la gestión y análisis de grandes volúmenes de información, la tecnología blockchain y los *smart contracts* para fortalecer las relaciones contractuales con los consumidores, por ejemplo, en los procesos de reclamación. También, la omnicanalidad, la venta cruzada y las aseguradoras 100% digitales son nuevas tendencias que están siendo observadas.

En segundo lugar, los **gigantes tecnológicos** están entrando en el sector asegurador por dos razones: su liderazgo tecnológico, lo cual supone una ventaja clave y la propiedad de un gran volumen de datos personales que les permite segmentar mejor a sus consumidores. Como consecuencia, estos agentes pueden ofrecer planes de seguro personalizados. Otros nuevos agentes son las **compañías líderes de**

20: *Insurtech investment in the UK has tripled (press)*, 2016, City A.M.

**otros sectores económicos**, generalmente vinculados con la movilidad, como el sector de automoción, los cuales aprovechan su liderazgo competitivo, como sucede en el caso de Tesla y su nuevo programa “[Insure my Tesla](#)”.

Finalmente, las **aseguradoras tradicionales** están rediseñando su estrategia para adaptarse ante este nuevo entorno competitivo. Por ello, han identificado cuatro ejes principales para guiar sus acciones: **colaboración** (Axa y BlaBlaCar anunciaron su programa de colaboración europea en mayo de 2015), **acuerdos** (AXA y Alibaba anunciaron su acuerdo en julio de 2016), **inversión en capital riesgo** (Munich Re invirtió en Slice Labs, una startup que está lanzando un seguro en de pago por uso) e **incubadoras de startups** (Allianz lanzó Allianz X una incubadora de InsurTech).

## Conclusiones

InsurTech persigue un enfoque en el que el consumidor es el foco de atención. Con la ayuda fundamental de las tecnologías emergentes, como el IoT, Big Data o la Inteligencia Artificial, estas startups se han focalizado en ciertas deficiencias del sector asegurador y en ciertos segmentos de la cadena de valor, principalmente en aquellos relacionados con la distribución, como los *marketplaces* o los comparadores de seguros. Estas empresas de base tecnológica han traído consigo nuevos enfoques de negocio que impactan directamente en la actividad de las compañías tradicionales. Además, los gigantes digitales y compañías de otros sectores están aprovechando sus ventajas competitivas (principalmente tecnológicas y de conocimiento del usuario) para entrar en el sector asegurador. Debido a la innovación introducida por estos agentes, las compañías tradicionales están rediseñando sus modelos de negocio en un mercado cada vez más competitivo.

**AVISO LEGAL**

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

Este informe ha sido elaborado por la unidad de Regulación Digital:

**Economista Jefe de Regulación Digital**

Álvaro Martín  
alvaro.martin@bbva.com

María Álvarez  
maria.alvarez.caro@bbva.com

Ana Isabel Segovia  
ana.segovia@bbva.com

Vanesa Casadas  
vanesa.casadas@bbva.com

Pablo Urbiola  
pablo.urbiola@bbva.com

Alicia Sánchez  
alicia.sanchezs@bbva.com

Javier Anatole Pallás Gozávez  
javieranatole.pallas@bbva.com

Javier Sebastián  
jsebastian@bbva.com

*Con la colaboración de:*

Alfonso Arellano Espinar  
alfonso.arellano.espinar@bbva.com

Noelia Cámara  
noelia.camara@bbva.com

## BBVA Research

**Economista Jefe Grupo BBVA**

Jorge Sicilia

**Análisis Macroeconómico**

Rafael Doménech  
r.domenech@bbva.com

*Escenarios Económicos Globales*

Miguel Jiménez  
mjimenezg@bbva.com

*Mercados Financieros Globales*

Sonsoles Castillo  
s.castillo@bbva.com

*Modelización y Análisis de Largo*

*Plazo Global*  
Julián Cubero  
juan.cubero@bbva.com

*Innovación y Procesos*

Oscar de las Peñas  
oscar.delaspenas@bbva.com

**Sistemas Financieros y Regulación**

Santiago Fernández de Lis  
sfernandezdelis@bbva.com

*Coordinación entre Países*

Olga Cerqueira  
olga.gouveia@bbva.com

*Regulación Digital*

Álvaro Martín  
alvaro.martin@bbva.com

*Regulación*

María Abascal  
maria.abascal@bbva.com

*Sistemas Financieros*

Ana Rubio  
arubiog@bbva.com

*Inclusión Financiera*

David Tuesta  
david.tuesta@bbva.com

*España y Portugal*

Miguel Cardoso  
miguel.cardoso@bbva.com

*Estados Unidos*

Nathaniel Karp  
Nathaniel.Karp@bbva.com

*México*

Carlos Serrano  
carlos.serranoh@bbva.com

*Oriente Medio, Asia y Geopolítica*

Álvaro Ortiz  
alvaro.ortiz@bbva.com

*Turquía*

Álvaro Ortiz  
alvaro.ortiz@bbva.com

*Asia*

Le Xia  
le.xia@bbva.com

*América del Sur*

Juan Manuel Ruiz  
juan.ruiz@bbva.com

*Argentina*

Gloria Sorensen  
gsorensen@bbva.com

*Chile*

Jorge Selaive  
jselaive@bbva.com

*Colombia*

Juana Téllez  
juana.tellez@bbva.com

*Perú*

Hugo Perea  
hperea@bbva.com

*Venezuela*

Julio Pineda  
juliocesar.pineda@bbva.com

Interesados dirigirse a:

**BBVA Research**

Calle Azul, 4  
Edificio de la Vela - 4ª y 5ª plantas  
28050 Madrid (España)  
Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00  
Fax: +34 91 374 30 25  
bbvaresearch@bbva.com  
[www.bbvaresearch.com](http://www.bbvaresearch.com)