

Crear alianzas y apostar por la inteligencia artificial marcarán el futuro del sector de las insurtech en 2023

En 2023 tanto inversores como consumidores pondrán el foco en la innovación del servicio y del sector gracias a alianzas y colaboraciones con empresas de seguros tradicionales y tecnologías basadas en internet de las cosas (IoT), ciberseguridad, análisis predictivos e inteligencia artificial, según wefox

El sector de los seguros ha vivido en los últimos años una gran transformación digital que les ha permitido evolucionar y crecer a pasos agigantados. Sin embargo, muchos se preguntan por el futuro de la industria de las *insurtechs*. El año 2023 vendrá claramente marcado por la apuesta tecnológica de los diferentes *players* del mercado, donde tanto inversores como consumidores reclaman innovación y se prevé que se materialice a través de la creación de alianzas, especialmente con el sector tradicional, y la apuesta por tecnologías basadas en el internet de las cosas (IoT), ciberseguridad, análisis predictivos e inteligencia artificial

Ante este escenario, parece evidente que el futuro está pasando por la digitalización, la cual permite mejorar la relación con el cliente al hacerle sentir más acompañado y protegido, permite reducir riesgos y costes, optimizar procesos y aumentar beneficios. Además, las nuevas tecnologías mejoran la reputación del sector al satisfacer la demanda del cliente con agilidad, precisión y rapidez a través de la venta cruzada, sin perder de vista el lado humano, ofreciendo los productos que mejor se ajustan a las necesidades y estilo de vida del asegurado.

En palabras de Sergi Baños, director tecnológico de wefox: "en wefox trabajamos una estrategia B2B2C en la que conectamos corredores, clientes y aseguradoras utilizando la tecnología para que los corredores pueden trabajar de manera más eficiente y dedicar más tiempo a sus clientes y para que las aseguradoras pueden acceder a un mercado de corredores más amplio, a un nuevo negocio mejor orientado y, por tanto, obtener un crecimiento más rentable. Lo que conseguimos con todo esto es que los clientes se beneficien de un servicio híbrido, combinando la consulta tradicional cara a cara, con el autoservicio y la consulta digital agilizando todo el proceso y haciéndolo más fácil, simple y conveniente para todos. Para nosotros este es nuestro presente y el futuro del sector".

Bajo esta premisa y viendo la dirección en la que avanza el mundo, cada vez más digital, los expertos de wefox destacan las principales claves, retos y dificultades en España de cara a 2023:

- El crecimiento exponencial de las inversiones en compañías *Insurtech*. La inversión de las *insurtech* se encuentra en un momento de auge superando, a nivel global, los 9.300 millones de euros en 2021, un 38% más que el año anterior (informe global 'Insurtech Global Outlook 2022'). Y, es que, a pesar del impacto de la pandemia, este sector se ha visto fortalecido a lo largo de los dos últimos años en los que el número de operaciones de inversión no ha parado de crecer, así como el de adquisición y fusión, lo que deja claro el alto interés de los inversores por este tipo de empresas.
- El valor de la innovación y la tecnología en primera línea. Una de las grandes ventajas que tienen las *insurtechs* es que han nacido con la tecnología integrada en su ADN y pueden llevar a cabo desarrollos tecnológicos exitosos de manera más sencilla. Por ejemplo, el Big Data es la principal clave de este tipo de compañías, ya que favorece de manera considerable la operativa del negocio al ofrecer información más detallada sobre el comportamiento del consumidor y sus hábitos de consumo. Teniendo en cuenta el momento que se está viviendo de cambio, todo apunta a que de cara a 2023 las tendencias por las que más se interesarán los inversores son el internet de las cosas (IoT), la ciberseguridad, los análisis predictivos y la inteligencia artificial. En este sentido, la IA supone un gran avance a la hora de aumentar la satisfacción de los clientes al poder considerarlos una prioridad durante todo el proceso sin tener que agotar los recursos de las aseguradoras. Por ello, cada vez se considera más importante invertir en inteligencia artificial ya que con este tipo de tecnología se puede atender todas y cada una de las necesidades de los clientes con la velocidad y frecuencia que desean.
- Cambio en el comportamiento de los clientes por la aparición de nuevas necesidades. Con la llegada de la transformación digital se ha podido apreciar un cambio en la manera de actuar de los consumidores generando nuevas necesidades: ahorro de tiempo, mejores precios, diferenciación de los productos, personalización y acceso a un mayor abanico de opciones. La inteligencia artificial, el internet de las cosas, los sistemas cloud o el big data, son solo algunos de los nuevos métodos a través de los cuales las compañías pueden conocer más en profundidad a sus clientes y adaptarse mejor a sus necesidades. Y es que, en el caso concreto de las *insurtechs*, lo que más valorarán los clientes son las experiencias obtenidas, la facilidad a la hora de hacer las cosas, la inmediatez y, sobre todo, la personalización. Esto produce una sensación de seguridad y protección, sabiendo que en cualquier momento y de manera sencilla, a través del ordenador, móvil o tablet, tendrán a un profesional al otro lado para atenderles y ofrecerles una experiencia de cliente excepcional.
- Sigue habiendo cierta diferencia entre el mercado europeo y el español. El desarrollo de empresas *insurtechs* no se ha dado por igual en todos los mercados europeos. En el caso de España, es cierto que el crecimiento de este sector está en auge, pero todavía queda mucho camino por delante ya que se sigue apreciando un gap entre el mercado español y el europeo. Uno de los grandes hándicaps de esta situación hace referencia a la inversión en *insurtechs*, que en España apenas representa un 0,214 % del total mundial. Según la AEFI, España se encuentra en una buena posición, preparada para dar el cambio definitivo, de hecho, el 13% de las *insurtechs* españolas ya se encuentran presentes en mercados internacionales. Sin embargo, para continuar creciendo y alcanzar el nivel competitivo del mercado europeo, las empresas tecnológicas españolas deben afrontar dos desafíos clave: la integración con las compañías aseguradoras y la devolución del valor y la esencia a los seguros buscando la calidad de la experiencia del

cliente.

- Alianzas entre aseguradoras tradicionales y las Insurtechs para llegar de forma más eficaz al cliente. El impacto de los últimos años ha demostrado al sector asegurador que necesita y debe adaptarse a la digitalización para poder modernizar y mejorar la industria. Además, con la creciente aparición de compañías insurtechs más maduras se ha producido un mayor uso del almacenamiento en la nube, de la IA y del análisis de datos en el sector, lo que les ha permitido dejar de ser meros intermediarios para convertirse en empresas de seguros por completo, marcando el camino en la evolución de la industria aseguradora. Sin embargo, aunque este sector de los seguros es uno de los más tradicionales, la línea entre las aseguradoras de toda la vida y las insurtechs se están difuminando. Cada vez es más común ver cómo se producen alianzas beneficiosas entre estos dos modelos para poder ofrecer al cliente un servicio más eficaz al juntar la experiencia de un sector con muchos años, junto con la alta tecnología de los más nuevos. De cara a 2023 se espera que este tipo de alianzas y colaboraciones suceda de manera más frecuente, permitiendo así la transformación tecnológica de la industria al completo.
-