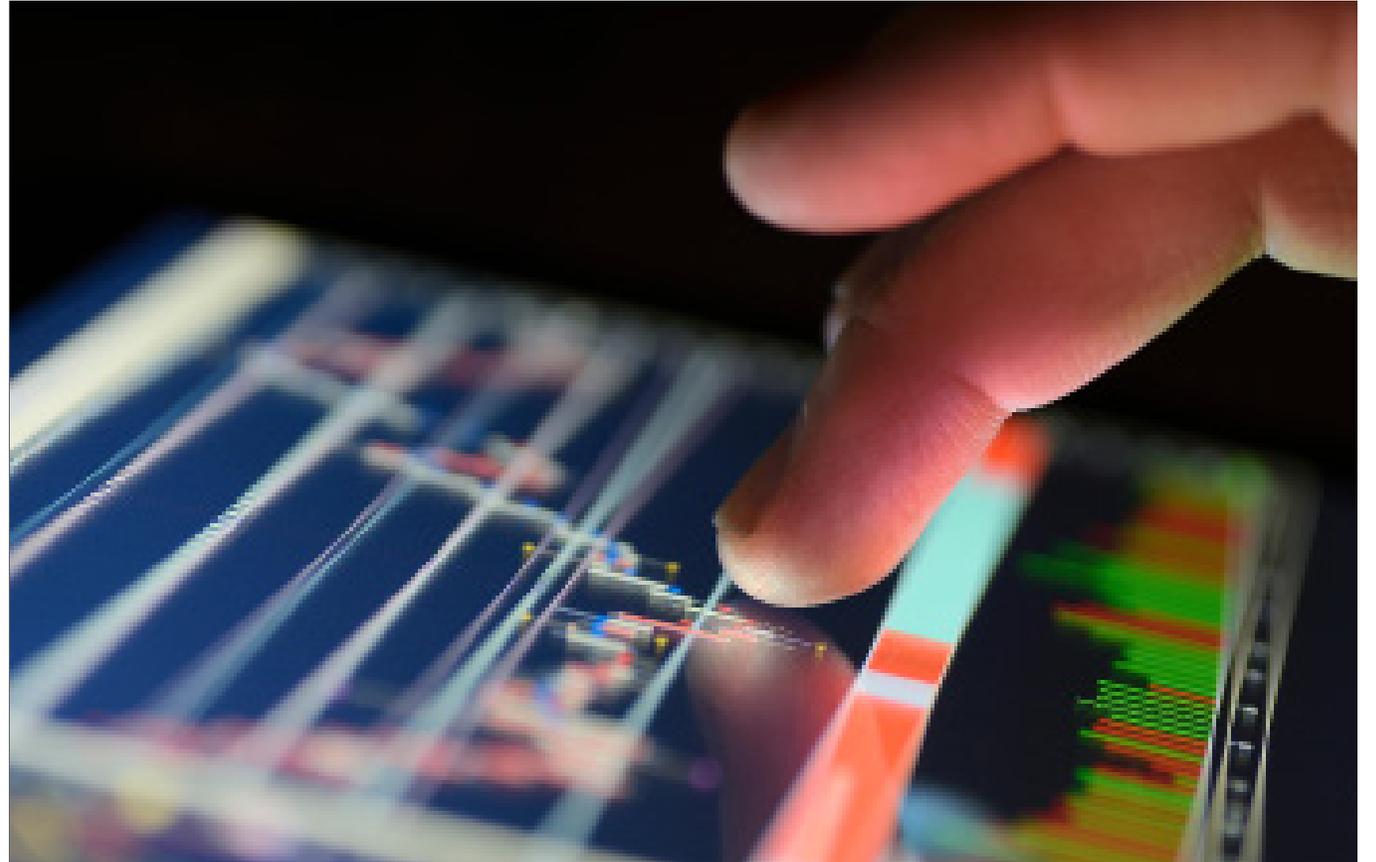


El fenómeno de  
las *insurtechs* en  
Hispanoamérica

ABRIL 2021

# Contenido

01	Introducción	03
02	Tendencias del mercado	07
03	Visión general del mercado	09
04	Visión por ramo	15
05	Capacidades para competir	22
06	Conclusiones	24
07	Contactos	27



# Metodología y análisis

A pesar de ser una de las industrias más estables, el fenómeno de la transformación digital no es ajeno a la industria aseguradora; y como en todo el sector financiero, esta transformación es en parte impulsada por la aparición de diversas compañías que irrumpen en el mercado con nuevos enfoques y con un fuerte componente tecnológico. Estos nuevos jugadores se denominan *insurtechs*, capaces de asumir distintos roles. En algunos casos, son competidores directos en toda la cadena de valor, en otros, lo hacen solo en una parte o enfocados en un nicho del mercado y en algunas ocasiones, buscan integrarse a la cadena de valor bajo el paraguas de otra compañía.

Estos roles van evolucionando y aportan un dinamismo sin precedentes en el negocio asegurador.

Este es un fenómeno mundial, pero ¿qué sucede en la región de Hispanoamérica? Para responder, hemos realizado un estudio de mercado en el cual analizamos 157 *insurtechs* en 12 países, identificando un nivel de madurez en el desarrollo de estos jugadores, y determinando en qué aspectos de la cadena de valor de seguros están teniendo mayor impacto.



**12**  
países analizados



**157**  
*insurtechs*



**+ de 250**  
fuentes de información  
consultadas



**+ de 500**  
procesos analizados



01

02

03

04

05

06

07

## Introducción

- Todas las fuentes de información utilizadas son públicas: reportes de gobiernos, organizaciones o entidades gremiales, así como sitios web propios de las empresas.
- Se utilizó un modelo que considera ramos y procesos a los efectos de uniformizar la oferta de servicios. La asignación de la oferta individual a cada uno se realizó con base en la información disponible en los sitios web de las empresas.
- El análisis se realizó entre enero y febrero del 2021.



## Introducción

- El índice de madurez es un indicador sintético normalizado, calculado internamente, que utiliza información pública que consta de los siguientes componentes, donde no se ha identificado ningún efecto de ponderación:
  - Número de compañías por país.
  - Número de compañías disruptivas en el mercado. Es decir, que sean nuevos modelos de negocio o aseguradoras netamente digitales.
  - Índice de integralidad, entendido como la relación entre el número de *insurtechs* con presencia en el mercado y el número de procesos afectados.
  - Índice de convergencia de seguros, entendido como la relación entre el número de *insurtechs* y ramos en los que operan o prestan servicios.
  - Por último, se normalizan los resultados en una escala de 0 a 9 en función del mayor valor obtenido del sumatorio de los anteriores factores.
- No se realizó ninguna actividad de valoración de calidad ni completitud de los servicios ofrecidos, así como ninguna actividad de auditoría sobre la información pública.
- La diferencia en los niveles de madurez, y por ende de fuentes de información contrastada, hace inviable establecer mecanismos cuantitativos de comparación tales como; volúmenes de facturación de *insurtechs* por país, rondas de financiación o números de empleados.
- Este análisis no pretende ser exhaustivo, al tratarse de un entorno dinámico de alta variabilidad, más bien, pretende identificar niveles de madurez macro y modelos de negocio disruptivos en el sector.



01

02

03

04

05

06

07

# Modelo del negocio asegurador

Para el análisis del aporte de las *insurtechs* utilizamos un modelo de cadena de valor estándar de una compañía de seguros.

Pre-venta	Venta	Post-venta			
Pre-venta	Presupuesto	Suscripción	Gestión de cartera	Gestión de Siniestros	Gestión de Proveedores
Diseño y desarrollo de campañas	Elaboración de presupuestos	Gestión de la solicitud	Renovaciones	Alta de siniestro	Concertación y acreditación de proveedores
Estrategia comercial y de <i>marketing</i>		Suscripción del riesgo	Rehabilitaciones	Autorizaciones	Negociación de proveedores
Taller de productos		Emisión, impresión y envío de póliza	Anulaciones	Prestación del servicio	Gestión de proveedores especializados por ramo
Diseño y gestión del plan comercial		Gestión de comisiones		Facturación y liquidación	
		Gestión de cobro		Control del gasto	
			Gestión reembolso		
			Gestión de indemnizaciones		

Soporte			
Atención al cliente			
Atención al canal intermediado			
Tesorería	Gestión de inversiones	Inteligencia de negocio	<i>Reporting</i> supervisor
Contabilidad	Reaseguro	<i>Reporting</i> interno	Reservas



02

# Tendencias del mercado



01

**02**

03

04

05

06

07

# Tendencias macro del sector



**Tradicionalmente existen oportunidades de mejora en el sector...**

- Complejidad del producto.
- Escaso nivel de personalización.
- Productos en clara tendencia a convertirse en *commodities*.
- Procesos no orientados a la experiencia del cliente.
- Silencios y elevados tiempos de respuesta.



**...de manera integral, la evolución de otros sectores están impulsando el cambio en la industria aseguradora...**

- Envejecimiento poblacional y menor cultura aseguradora de los perfiles más jóvenes.
- Los nuevos clientes demandan de las aseguradoras las experiencias vividas en otros sectores con compañías nativas digitales.
- Las tecnologías exponenciales (*Robotics, IA, blockchain...*) ya son una realidad en muchos de los sectores.



**...y están apareciendo una serie de demandas vinculadas a la tecnología, que las *insurtechs* están sabiendo aprovechar.**

- Personalización del producto.
- Seguros basados en el uso.
- Microseguros.
- Seguros P2P.



01

02

03

04

05

06

07

# Visión general del mercado



## Visión general del mercado

Se han analizado **157 insurtechs** en los países de habla hispana, cuyos mercados aseguradores son los más relevantes de la **región** y se ha determinado su nivel de madurez mediante un indicador sintético<sup>(1)</sup> que pondera; el número de empresas, los ramos y el impacto en la cadena de valor.

(1) Véase página 3

(2) Incluye Ecuador, Bolivia, Guatemala, El Salvador, Costa Rica y Panamá. El Índice de Madurez es ponderado para la agrupación

01	<b>México</b> # Insurtechs 42 Índice de madurez 9,0
03	<b>Colombia</b> # Insurtechs 21 Índice de madurez 4,6
07	<b>Ecuador y otros <sup>(2)</sup></b> # Insurtechs 7 Índice de madurez 1,2
04	<b>Chile</b> # Insurtechs 21 Índice de madurez 4,4
02	<b>Argentina</b> # Insurtechs 36 Índice de madurez 7,8
05	<b>Perú</b> # Insurtechs 14 Índice de madurez 3,6
06	<b>Uruguay</b> # Insurtechs 9 Índice de madurez 2,3



## Visión general del mercado

Existe cierta correlación ( $R^2=0,8$ ) entre el **índice de madurez de las *insurtechs*** y el volumen de primas del mercado. Destaca de manera excepcional la alta madurez de Argentina respecto al tamaño del mercado, que se explica por las tendencias decrecientes del mismo en los últimos años debido al efecto de la depreciación del peso argentino.

País	Primas mM USD (*)	IM Norm.	Ranking madurez IM	Ranking primas
Argentina	11	7,8	2 	3
Bolivia	0,6	0,5	12	12
Chile	12,6	4,4	4 	2
Colombia	9,2	4,6	3 	4
Costa Rica	1,4	1,0	8 	9
Ecuador	1,7	1,8	7 	6
El Salvador	0,7	1,6	10 	11
Guatemala	1	1,6	9 	10
México	30	9,0	1	1
Panamá	1,6	0,6	11 	8
Perú	4,2	3,6	5	5
Uruguay	1,6	2,3	6 	7

 Mayor madurez de la esperada

 Menor madurez de la esperada

(\*) Datos a diciembre 2019 informe de MAPFRE Global Risk.



01

02

03

04

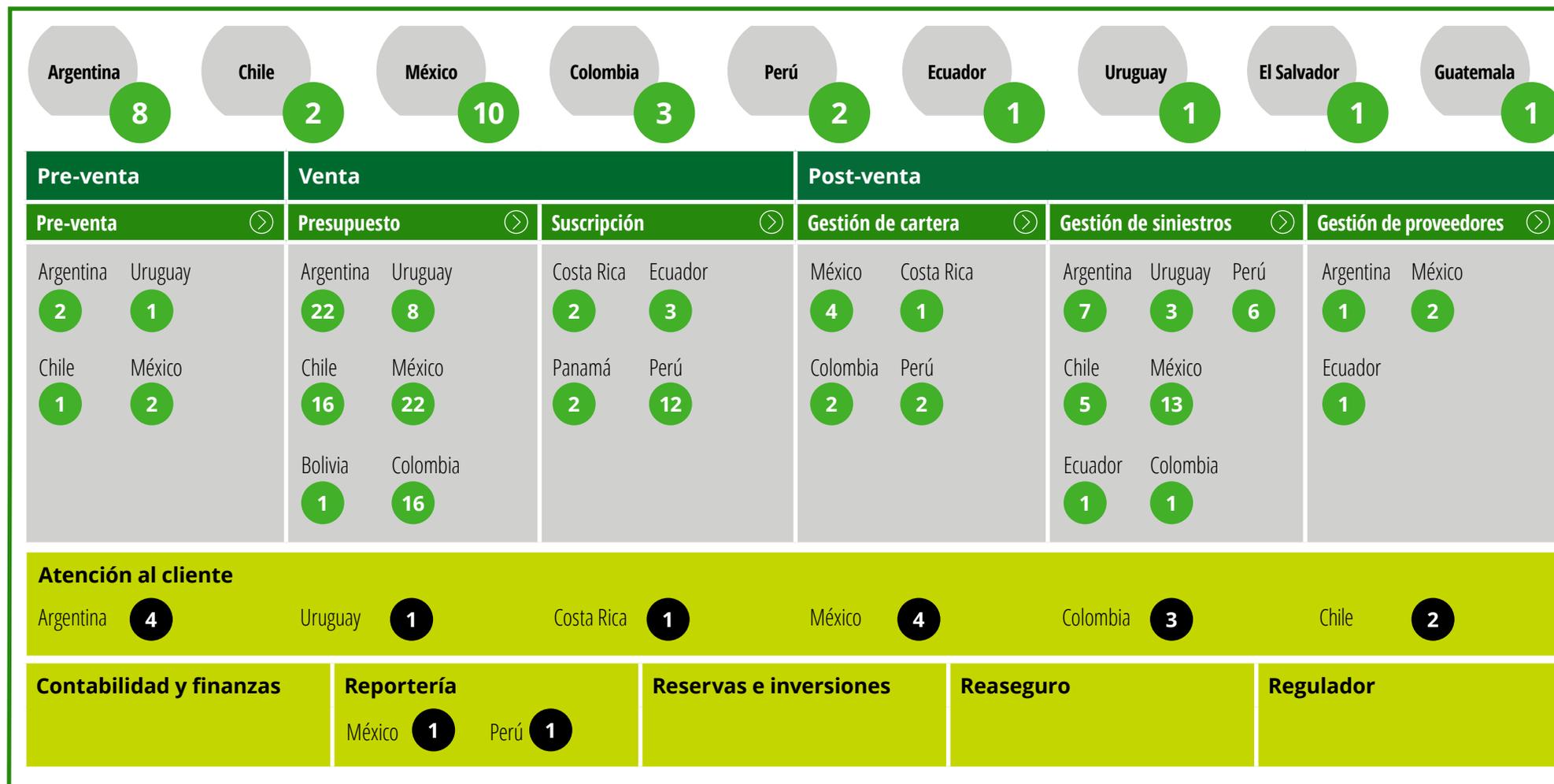
05

06

07

## Visión general del mercado

Las *insurtechs* de la región participan en todos los componentes evaluados de la cadena de valor, **con fuerte foco en la venta de seguros.**



01

02

03

04

05

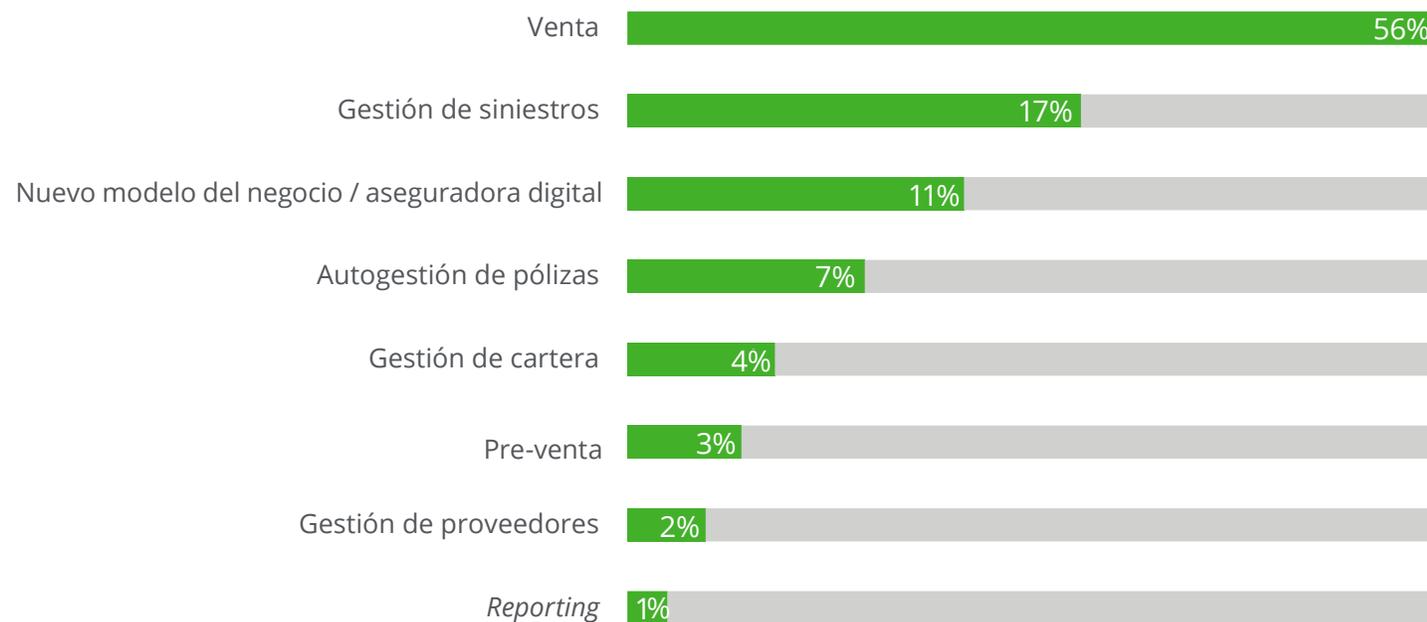
06

07

## Visión general del mercado

El principal eslabón de la cadena de valor donde las *insurtechs* se han focalizado es la venta de seguros, pero si se analiza el ratio de número de macroprocesos afectados entre el número de *insurtechs*, supera el 2,18. Es decir, en general están apostando por la **integralidad de servicio**, siendo especialmente relevante que el 19% de las compañías (nuevo modelo de negocio / aseguradora digital) impactan en más del 40% de los macroprocesos analizados.

### Distribución de compañías por impacto en la cadena de valor



■ Porcentaje de macroprocesos afectados



01

02

03

04

05

06

07

## Visión general del mercado

Aproximadamente el **9% de las *insurtechs* presentes en la región se han internacionalizado** en los últimos años, destacando aquellas enfocadas en agilizar los procesos de venta (comparadores y *brokers* digitales), que representan más del 50% de los casos.

	México	Argentina	Colombia	Chile	Perú	Resto países
Nuevo modelo de negocio 1	✓	✓	✓		✓	✓
Intermediario digital 1		✓	✓	✓		
Intermediario digital 2			✓	✓	✓	
Proveedor de servicios 1	✓	✓	✓			
Intermediario digital 3	✓	✓				
Intermediario digital 4					✓	
Intermediario digital 5						
Proveedor de servicios 2	✓				✓	
Nuevo modelo de negocio 2						✓
Proveedor de servicios 3	✓				✓	



01

02

03

04

05

06

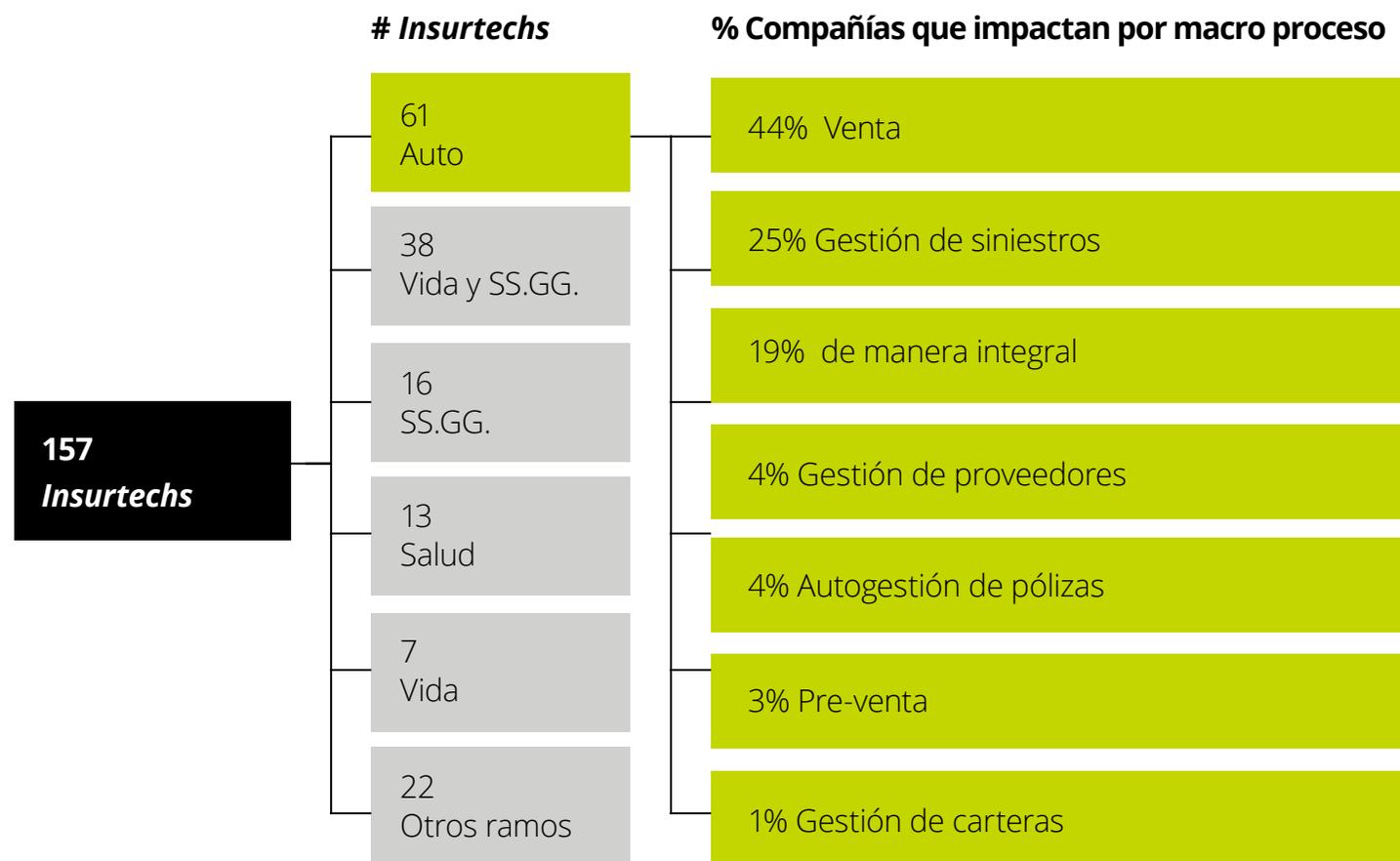
07

# Visión por ramo



# Visión por ramo – Auto

Las 157 compañías analizadas tienen presencia en 373 **ramos del seguro** (2,37 ramos / compañía). Esto indica que, además de encontrar empresas especialistas (103), las *insurtechs* están optando por la convergencia en la oferta hacia el asegurado.



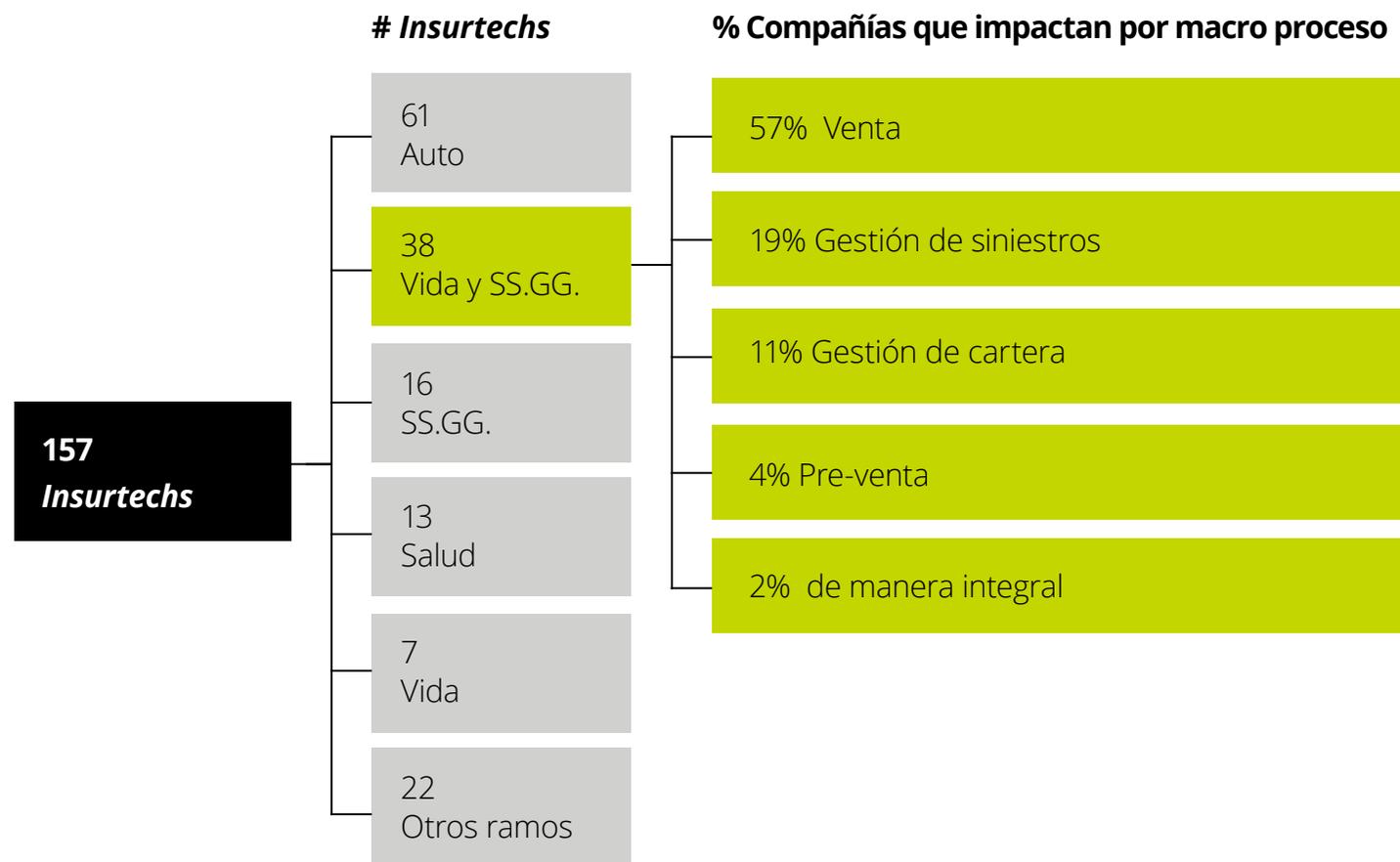
## Caracterización

- Existencia de comparadores monorramo y *brokers* especialistas que, en algunos casos incluso, utilizan IA.
- Aparición de MGA con nuevos seguros de coche conectado mediante conceptos de PAYD / PHYD.
- Algunos *brokers* buscan la integralidad en el servicio, dotando de mecanismos de autogestión de pólizas y gestión del alta de siniestros.
- Existencia de varios proveedores que generan eficiencias en los servicios actuales de pre-venta, gestión de siniestros y gestión de proveedores que utilizan nuevas tecnologías.
- Identificación de proveedores específicos que sirven como aceleradores del seguros de PAYD / PHYD.



# Visión por ramo – Vida y SS.GG.

Las 157 compañías analizadas tienen presencia en 373 **ramos del seguro** (2,37 ramos / compañía). Esto indica que, además de encontrar empresas especialistas (103), las *insurtechs* están optando por la convergencia en la oferta hacia el asegurado.



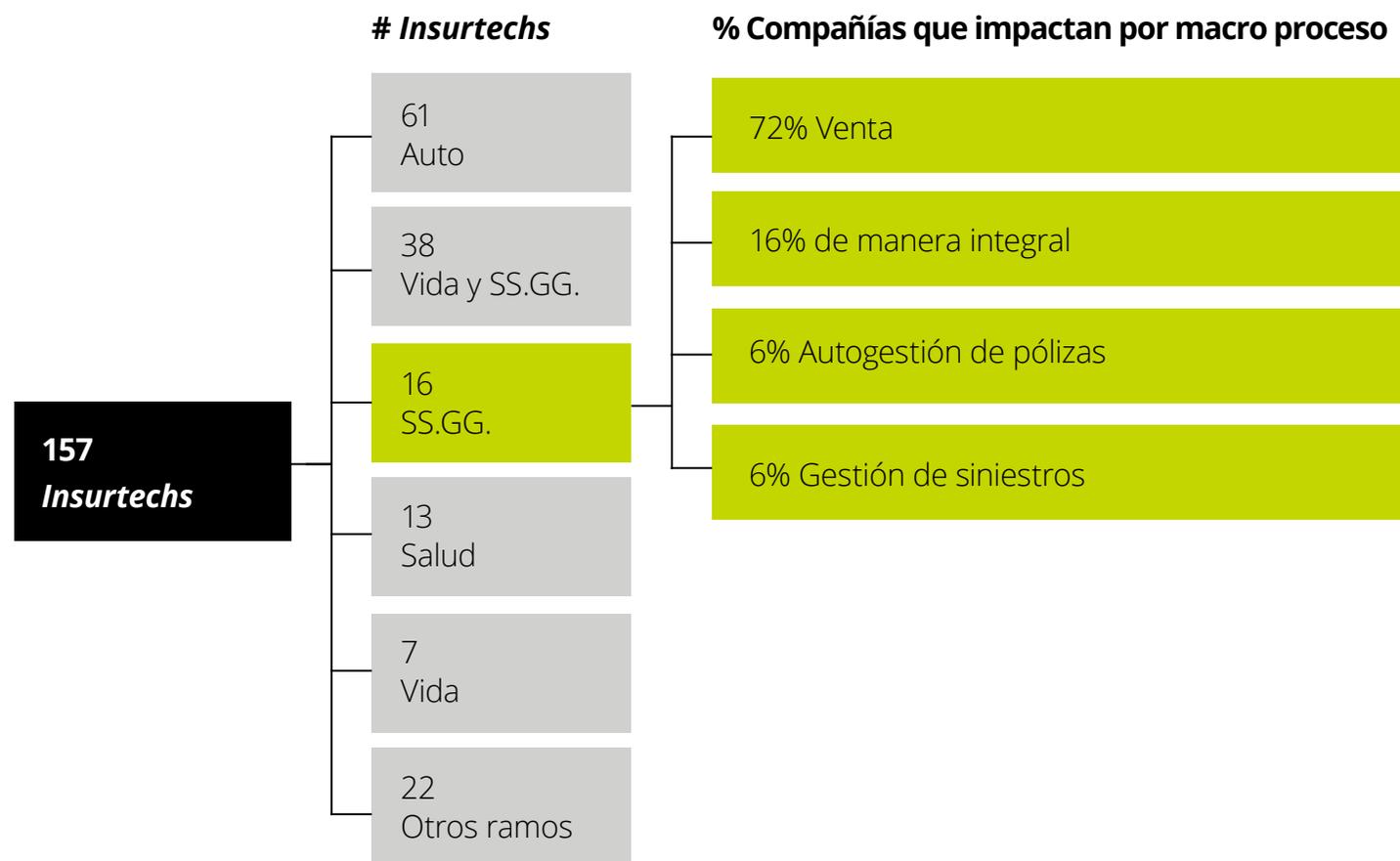
## Caracterización

- Identificación de comparadores con una oferta de seguros que va más allá del seguro de auto o viaje.
- Existencia de *brokers* especializados en el asesoramiento integral de seguros para PYME's.
- Aparición de nuevos modelos de negocio focalizados en la venta de microseguros, basados en índices para segmentos de bajos recursos, con una visión amplia en el número de productos comercializados.
- Existencia de varios proveedores que generan eficiencias en los servicios actuales de pre-venta, gestión de siniestros, gestión de cartera, gestión de proveedores, junto con fraude para la suscripción y la gestión de siniestros utilizando nuevas tecnologías.



# Visión por ramo – SS.GG.

Las 157 compañías analizadas tienen presencia en 373 **ramos del seguro** (2,37 ramos / compañía). Esto indica que, además de encontrar empresas especialistas (103), las *insurtechs* están optando por la convergencia en la oferta hacia el asegurado.



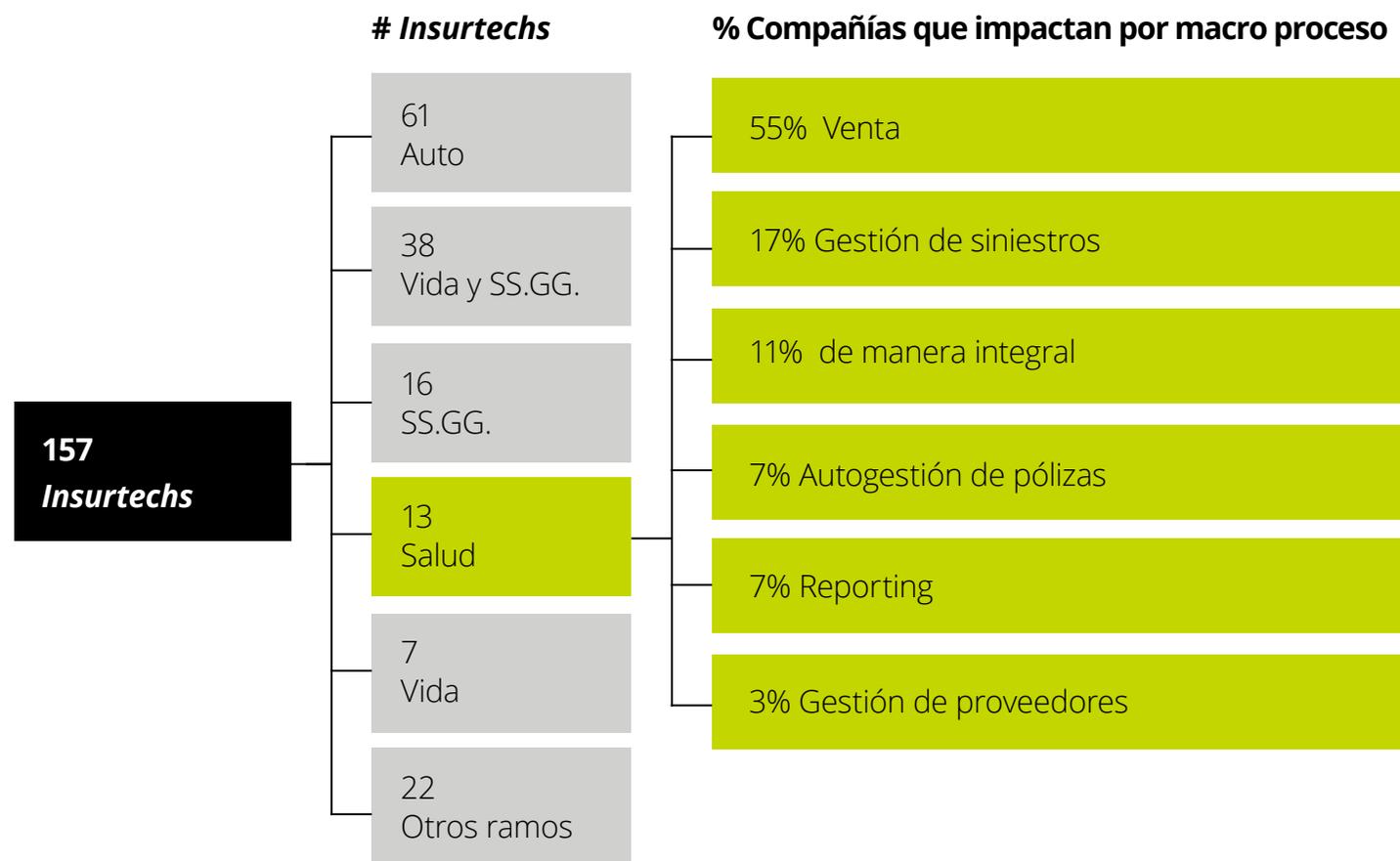
## Caracterización

- Prevalencia de *brokers* tradicionales que han optado por una digitalización de manera agresiva.
- Aparición de modelos disruptivos de negocio en daños materiales, hogar y accidentes personales con esquemas P2P.
- Identificación de empresas que buscan la integración.
- Existencia de varios proveedores que generan eficiencias en los servicios actuales de gestión de siniestros y plataformas para la integración de la red mediada.



# Visión por ramo – Salud

Las 157 compañías analizadas tienen presencia en 373 **ramos del seguro** (2,37 ramos / compañía). Esto indica que, además de encontrar empresas especialistas (103), las *insurtechs* están optando por la convergencia en la oferta hacia el asegurado.



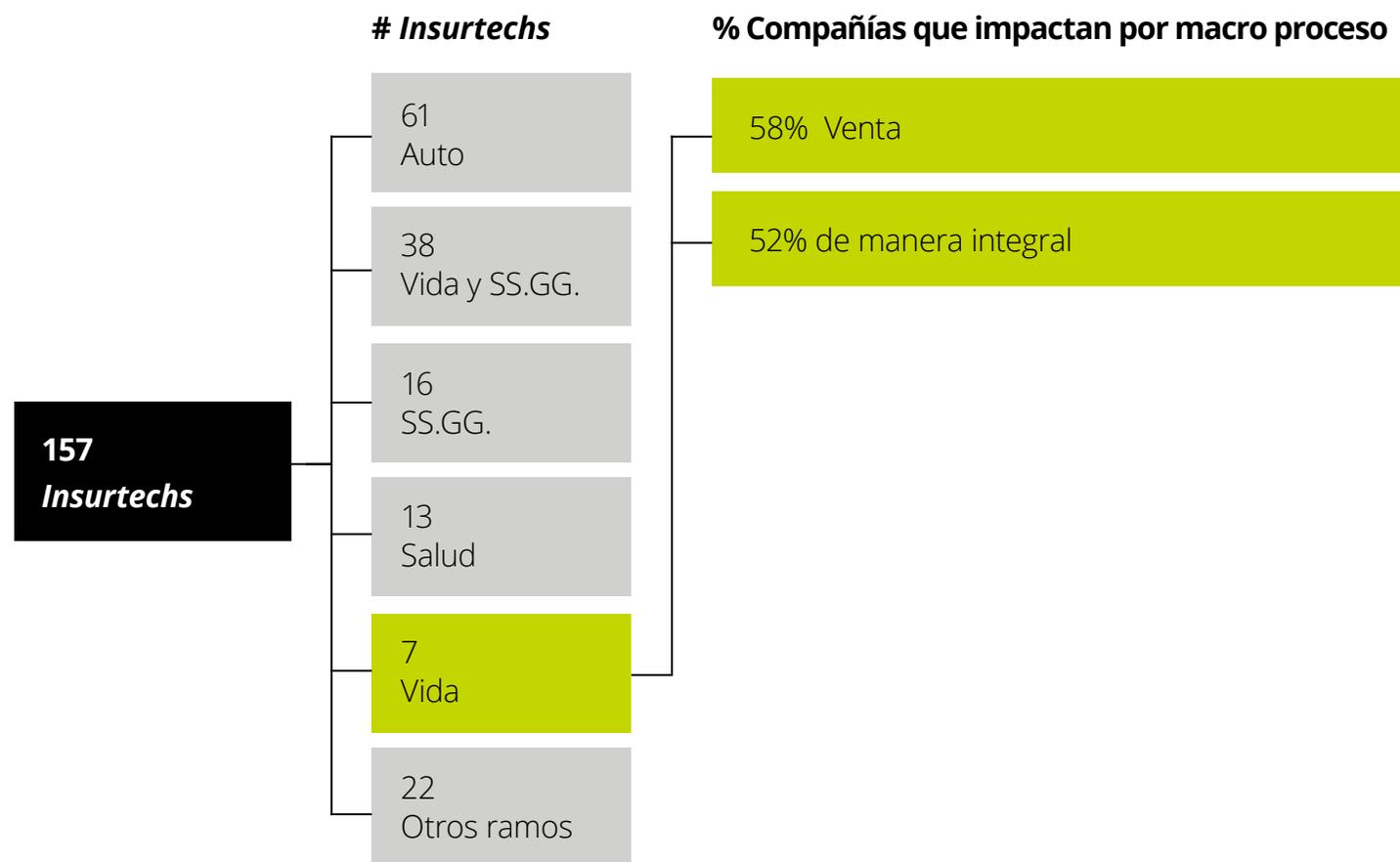
## Caracterización

- Es el ramo donde la disrupción ha sido generada a través de la especialización de los servicios y la aparición de aseguradoras digitales monorramo.
- Existencia de comparadores y *brokers* a lo largo de la región con una visión especialista.
- Nuevos modelos de negocio que fomentan la personalización al máximo de la selección de coberturas, junto con la aparición de seguros paramétricos.
- Introducción de la comercialización de seguros para complementar la propuesta de valor de negocios tradicionales (por ejemplo negocios relacionados con la práctica deportiva).
- Aparición de *insurtechs* especializadas en dar servicios de gestión integral del ramo.



# Visión por ramo – Vida

Las 157 compañías analizadas tienen presencia en 373 **ramos del seguro** (2,37 ramos / compañía). Esto indica que, además de encontrar empresas especialistas (103), las *insurtechs* están optando por la convergencia en la oferta hacia el asegurado.



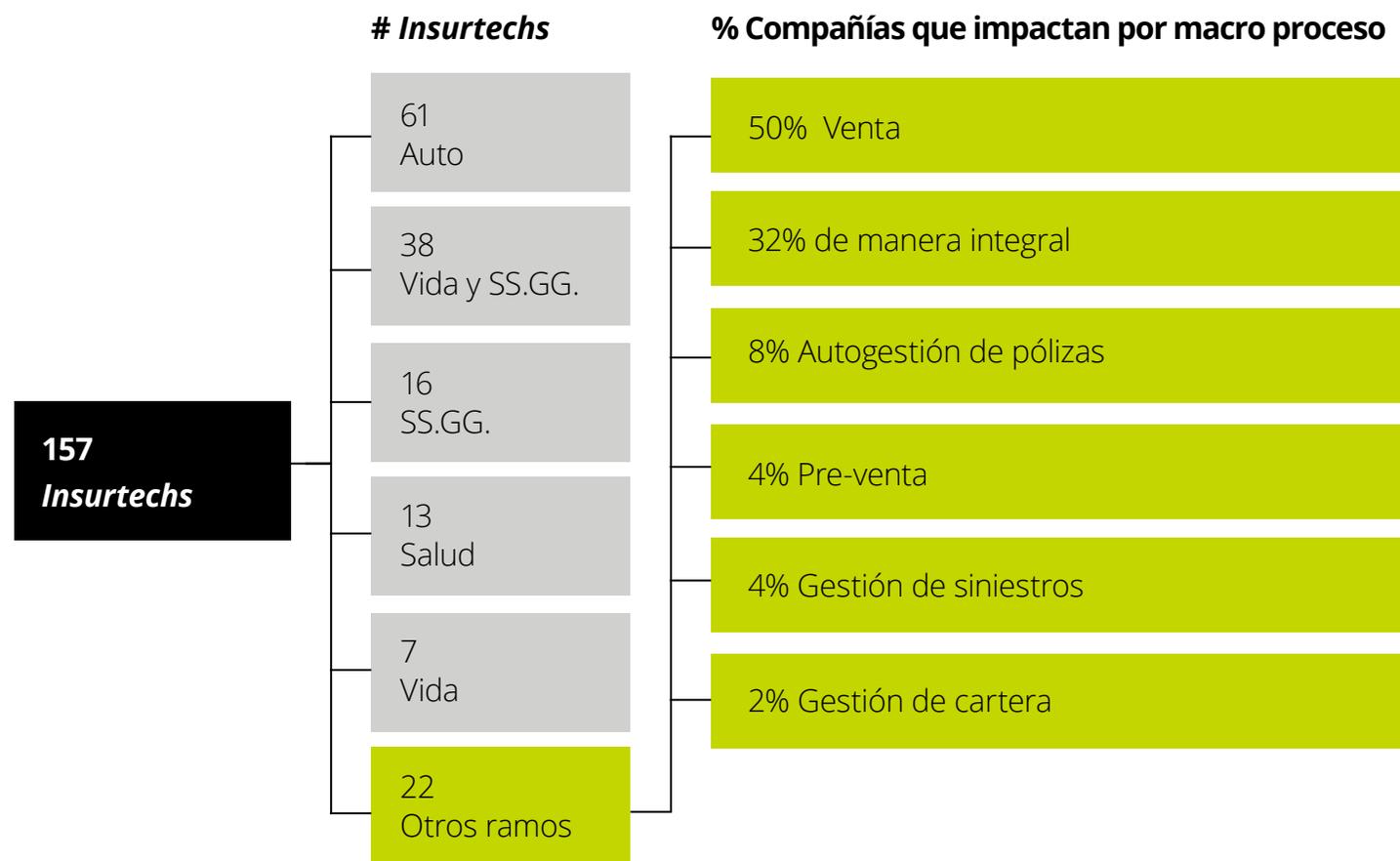
## Caracterización

- Aparición de MGA o aseguradoras 100% digitales, especializadas en la comercialización de seguros de vida riesgo, que optan por la venta de seguros sencillos o de productos de alta parametrización.
- Introducción de la comercialización de seguros para complementar la propuesta de valor de negocios tradicionales (por ejemplo negocios relacionados con la práctica deportiva).
- Penetración de aplicaciones que permiten al usuario la autogestión de sus pólizas.
- Existencia de proveedores de soluciones tecnológicas de prevención que incentivan los hábitos de vida saludables en los asegurados.



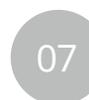
# Visión por ramo – Otros ramos

Las 157 compañías analizadas tienen presencia en 373 **ramos del seguro** (2,37 ramos / compañía). Esto indica que, además de encontrar empresas especialistas (103), las *insurtechs* están optando por la convergencia en la oferta hacia el asegurado.



## Caracterización

- Existencia de comparadores monorramo y *brokers* especialistas que, en algunos casos incluso, utilizan IA.
- Aparición de MGA con nuevos seguros de coche conectado mediante conceptos de PAYD / PHYD.
- Algunos *brokers* buscan la integralidad en el servicio, dotando de mecanismos de autogestión de pólizas y gestión del alta de siniestros.
- Existencia de varios proveedores que generan eficiencias en los servicios actuales de pre-venta, gestión de siniestros y gestión de proveedores que utilizan nuevas tecnologías.
- Identificación de proveedores específicos que sirven como aceleradores del seguros de PAYD / PHYD.



# Capacidades para competir



01

02

03

04

05

06

07



## Capacidades para competir

Con los datos analizados, e independientemente de la madurez geográfica, se identifican **cuatro pilares** sobre los que las *insurtechs* basan su capacidad competitiva.



### Innovación

Son capaces de generar nuevos modelos de negocio en mercados maduros en diferentes ámbitos; nuevos esquemas de intermediación, seguros IoT, apps, aplicación de IA, microseguros, e incluso, compañías aseguradoras totalmente digitales.

---

El **19%** son nuevos modelos de negocios que no existían antes.



### Expansión

Pese a que sólo el 9% de ellas operan en diferentes países de la región; su tamaño, modelo de negocio y cultura organizacional les permite internacionalizarse con facilidad.

---

Se vuelven empresas internacionales en menos de **7 años**.



### Integralidad

Aunque inicialmente el mayor impacto en la cadena de valor se identificó en la venta, en la actualidad cubren funcionalidades de autoadministración de pólizas, gestión de siniestros, gestión de cartera, entre otras.

---

El **58%** impactan en 2 ó más eslabones de la cadena de valor.



### Cliente 360

Convierten en una prioridad el cubrir de manera integral las necesidades del cliente y cuando dominan un ramo, evolucionan hacia líneas de negocio que mejoran la venta cruzada y la fidelización del cliente.

---

El **34%** de las compañías operan en más de un ramo.



01

02

03

04

05

06

07



## Conclusiones

Del análisis que realizamos, podemos comprobar que nuestra región no es ajena a la transformación del negocio asegurador global y el impacto de las *insurtechs*, en donde podemos observar:

- La disrupción tecnológica no ha sido originada por las grandes compañías tecnológicas como hasta hace poco se presagiaba.
- Existe una elevada heterogeneidad en el nivel de madurez en función de la geografía analizada.
- El mapa de competidores es complejo, con múltiples modelos de negocio innovadores, especialmente en la comercialización.
- Se evidencia un comportamiento de evolución en la madurez de las *insurtechs*: la expansión dentro de la cadena de valor del seguro.
- Se identifica un importante número de *insurtechs* que trata de ocupar el espacio de innovación que las aseguradoras han desaprovechado.



El mercado está evolucionando y transformándose, lo cual es una oportunidad para estos nuevos jugadores, pero también para las compañías de seguros tradicionales.



¿Qué actitud tomar? ¿Cómo aprovechamos esta oportunidad? ¿Cómo nos integramos y colaboramos? Son algunas de las preguntas que están sobre la mesa de la mayoría de las compañías de seguros hoy.



Esperamos que este análisis ayude a esa discusión.



01

02

03

04

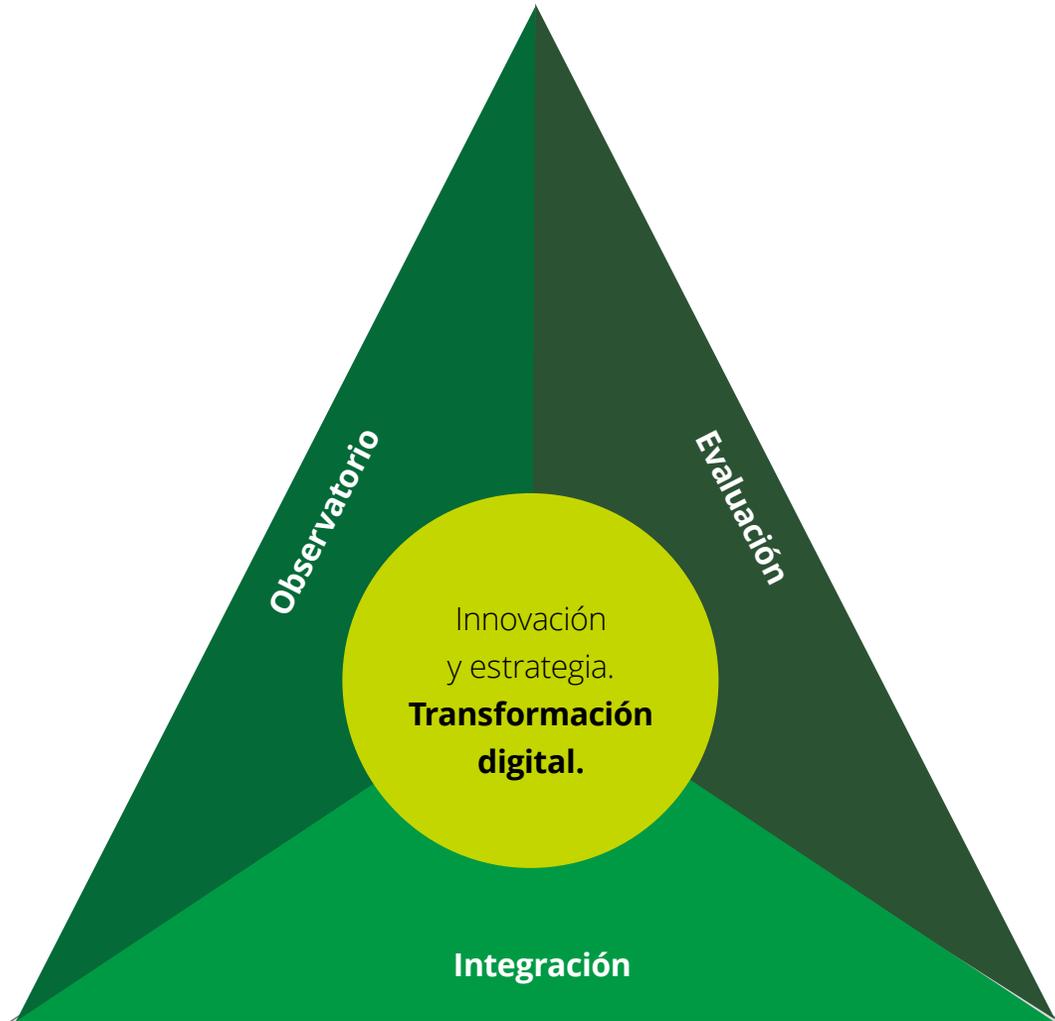
05

06

07

## Conclusiones

En Deloitte podemos colaborar con las compañías aseguradoras para transformar en oportunidades los cambios que las *insurtechs* están generando.



**Observatorio.** A través del observatorio generamos un *landscape* regional detallado de las posibles *insurtechs* que acaben siendo disruptoras del mercado, y que puedan ser prestadoras de servicios para las aseguradoras o competidores.



**Evaluación.** En aquellos casos en los que la aseguradora considere una oportunidad, efectuamos el análisis de la oportunidad desde diferentes dimensiones: complementariedad estratégica, estructura de costos, análisis de cartera, calidad de los datos, valoración, entre otros.



**Integración.** Una vez confirmada la necesidad de apalancarse en las capacidades de la *insurtechs*, apoyamos en el proceso de integración de la *insurtech* o de un producto particular en la compañía, sin perder la esencia que la ha llevado al éxito.

**Innovación y estrategia.** Cómo incorporar en la compañía las tendencias y las lecciones aprendidas que el sector de las *insurtechs* pueden aportar desde el punto de vista de transformación digital integral del negocio de los seguros.



01

02

03

04

05

06

07

Contáctenos

# Contactos



**Enrique Fuentes**

**Socio de Consultoría, Industria Aseguradora**

Deloitte Spanish Latin America

C: +511 2118585

enfuentes@deloitte.com



**Gianni Lanzillotti**

**Socio de Consultoría, Strategy, Analytics & M&A**

Deloitte Spanish Latin America

C: +59829160756; ext. 6488

glanzillotti@deloitte.com





Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades relacionadas, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícita ni implícita) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.