



**ActualidadAseguradora**

El Eco del Seguro

**Nº 8** Año 127

[www.inese.es](http://www.inese.es)

**ENTREVISTAS**

FRANCISCO LARA (PELAYO)  
EDUARDO ESPARZA  
(AFFINION)

**REPORTAJE**

ESPAÑOLES EN LA CUMBRE  
DEL SEGURO MUNDIAL

**FUTÜRE**

PILAR CÓRDOBA (ARAG)

# LÍDERES por RAMOS 2017



## "La comercialización online de seguros para Pymes es un nicho de enorme potencial"

prácticas habituales del mercado. Por su parte, Boughtbymany se desmarca de la propuesta tradicional y facilita la creación de grupos de microempresas con necesidades aseguradoras similares. En ambos casos, sus ingresos provienen de la intermediación.

Mientras, las aseguradoras 'de toda la vida' mueven ficha. Es el caso de Directline for Business, que ha desarrollado una propuesta totalmente nueva -a modo de startup- para Pymes en el Reino Unido, en línea con su posicionamiento online y apalancándose en el desarrollo de soluciones aseguradoras personalizadas para pequeñas y medianas empresas de sectores y subsectores específicos. Desarrollar una solución que permita desplegar online una propuesta de valor por segmentos de forma ágil puede antojarse complicado a priori si se juega bajo las reglas típicas del desarrollo tecnológico dentro de una aseguradora. Sin embargo, es aquí donde InsurTech vuelve a jugar un papel importante como facilitador de la plataforma tecnológica. Coverwallet, por ejemplo, es una plataforma de comercialización de seguros para Pymes con marca propia en otros países, que en España ha llegado a un acuerdo con ZURICH para lanzar zurichempresas.es.

Estos ejemplos ilustran una actividad creciente y distintos enfoques para apalancarse en un segmento controlado por el mediador tradicional, pero que ya muestra cierta afinidad por el canal online. El comporta-

miento y preferencias para la compra del seguro personal del propietario de un negocio son extrapolables al momento de compra del seguro de su empresa, y en el contexto actual los nuevos negocios pueden ser considerados nativos digitales.

Como detalla el Global Digital Small Business Insurance Survey, un estudio sobre el negocio asegurador para Pymes en el entorno digital elaborado por Strategy&, la comercialización online de seguros para Pymes es un nicho de enorme potencial. Solo en España, y según datos del Ministerio de Economía, hay, aproximadamente, 1.300.000 micro y pequeñas empresas, que, en línea con las tendencias generales del mercado, se digitalizarán.

### Y CON USTEDES... LAS REGTECH



**Jaime Bofill Morientes (Socio de Hogan Lovells LLP y Profesor de la Universidad de Comillas ICADE)** Como muy bien señalaba la AEFI (Asociación Española de Fintech e Insurtech) en una de sus publicaciones, las Regtech han venido para quedarse. Y así está ocurriendo: es-

te tipo de startups tecnológicas triunfan en Gran Bretaña y se están implantando en España.

Para los no iniciados en el tema, las Regtech son aquellas empresas (principalmente startups) que utilizan la tecnología para resolver los desafíos regulatorios que todas las empresas del sector financiero deben afrontar en su día a día. Como es sabido, los retos regulatorios son cada vez más relevantes: muy pronto, el 25 de mayo, será de aplicación el nuevo Reglamento de Protección de Datos, también se transpondrá definitivamente la Directiva PSD2 a lo largo del año, mientras que es muy reciente la implantación en España de MIFID II. Todo ello sin olvidar, por supuesto, que las exigencias de la LOSSEAR respecto a la aplicación de Solvencia II ya hace tiempo que caminan entre nosotros. Estos múltiples y variados requerimientos de compliance pueden llegar a asfixiar a una pequeña/mediana empresa del sector financiero y suponer unos costes potentísimos a la de gran tamaño. Para procurar que las empresas dediquen sus recursos a cumplir con su objeto social base y no a estar pendientes de la correcta aplicación de esa normativa surgida desde la crisis financiera, han nacido las Regtech.

Es interesante conocer cómo lo hacen, cómo la tecnología puede ayudar a una empresa con el cumplimiento de requisitos de compliance, por ejemplo, en materias tan dispares como protección de datos o normativa penal: básicamente,

## "Las Regtech se especializan según mercados y tipo de empresas"

a través de procedimientos due diligence inmediatos o casi inmediatos (hablamos de horas, ni siquiera de días, y en el futuro tal vez de minutos) en los que se emplean tecnologías como el big data o cloud computing -estos conceptos darían para otro artículo completo-. Lo que se ejecuta es una revisión constante sobre el cumplimiento de requisitos legales, por ejemplo, de atención al cliente, protección al consumidor o de seguridad en la conservación de datos. La innovación tecnológica al servicio del cumplimiento regulatorio.

No será lo mismo diseñar esta revisión regulatoria para una aseguradora, una entidad de servicios de pago o una asesora financiera y, por ello, las Regtech se van especializando según los mercados y el tipo de empresas al que asisten.

Una cosa es clara: el ecosistema de Regtech en España está desarrollándose a niveles exponenciales. De hecho, según un estudio de BBVA, en España existen actualmente 82 startups de Regtech, algunas con ideas y proyectos (que ya son una realidad) realmente innovadores. En Gran Bretaña, el regulador (FCA) lleva apoyando y promocionando las Regtech desde 2015, existiendo cientos de empresas de Regtech. Podemos concluir, sin temor a equivocarnos, que las Regtech ya están aquí, se quedarán y lo harán por mucho tiempo.

## PROFESIONALES DIGITALES Y MUCHO MÁS



**Avelino Sanz (Socio Analista en Intelitizia)** La tecnología cambia los hábitos de consumo y eso genera oportunidades, también en nuestro sector. Su transformación, enfocada a un modelo digital end-to-end reúne actividades como la cooperación con las Insurtech o la generación de capacidades propias, incluyendo la incorporación de profesionales con perfiles menos jurídicos, aseguradores y más tecnológicos.

Al hablar con ingenieros industriales y arquitectos jóvenes que acaban de llegar a nuestro sector, me encuentro con declaraciones parecidas a las que se hacían hace 15 años: nunca habían pensado en el Seguro como un destino profesional atractivo; ni siquiera como un destino profesional. Nuestro sector sigue siendo un gran desconocido entre titulados necesarios dentro de él: pensemos en un loss prevention engineer cuya carrera especializada dentro del seguro también le permite mantener un fuerte vínculo profesional con el sector secundario.

De la misma manera, profesionales con perfiles digitales o tecnológicos parecen sorprendidos cuando conocen las posibilidades de la in-

dustria aseguradora. Este tipo de personas disponen de una elevada vocación por lo que hacen y, como sucede con otros grupos, tenemos a aquellos vinculados con lo que hacen y cuyo progreso profesional tendrá que ver con las tecnologías, y a aquellos que, sin dejar de mantener el contacto con aquellas, buscan otros horizontes y tienen una mayor perspectiva estratégica de los proyectos en los que se involucran.

La propia transformación de la caja de operaciones puede hacerse con capacidades subcontratadas, pero definir y decidir cuál es el rumbo a tomar dentro de las organizaciones, requiere la incorporación de estrategas o asesores de estrategias que conozcan las posibilidades de uno u otro camino digital. La atracción de esos profesionales pasa por desplegar toda la información sobre el sector, la compañía y la posición, haciendo hincapié en la transversalidad de la industria aseguradora. Una buena parte de estos profesionales ha tenido contacto con el seguro a través de los ciberseguros, aunque de manera informativa.

Respecto a la atracción y retención de profesionales digitales, me remito a Ariely (2008) y su contraposición de normas sociales versus mercantiles en las relaciones laborales, como forma fomentar la lealtad, la confianza y la entrega.

## "Nuestro sector sigue siendo un gran desconocido"