

InsurTech en América Latina – Pasado, Presente y Futuro.

Carlos De la Torre

Senior Director – América Latina

27a Conferencia Anual de ICMIF / Américas

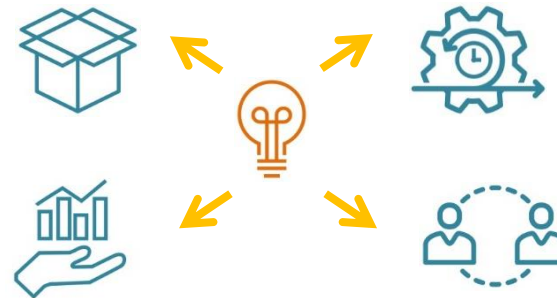
22 de Agosto, 2019



Innovación – La definición de AM Best

- Un proceso de varios pasos...
- ... que transforma ideas en innovaciones o mejoras para:

- Productos
- Procesos
- Servicios
- Modelos de Negocio



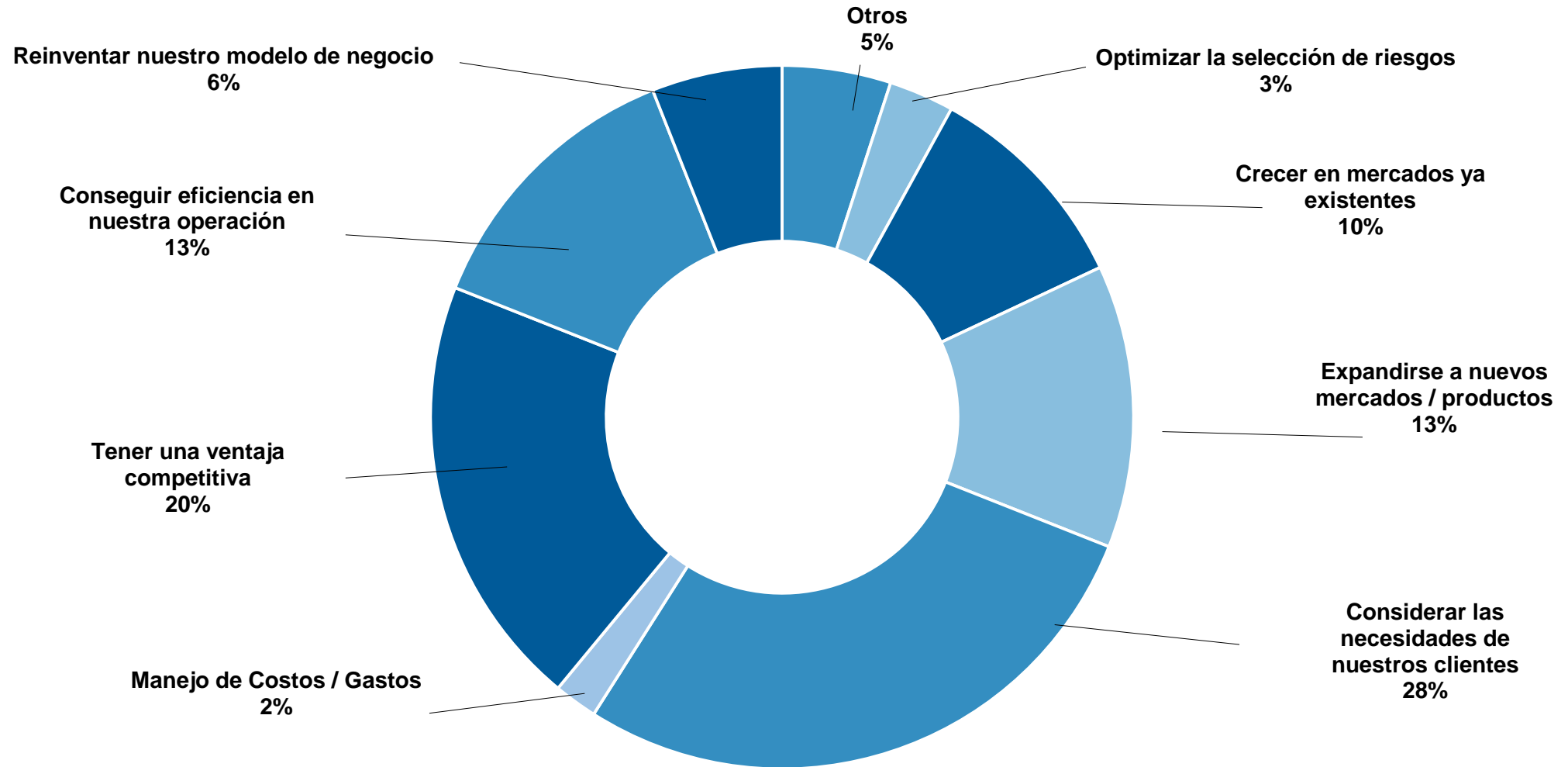
- ... que tienen un impacto medible a lo largo del tiempo y permiten a una organización mantenerse relevante y exitosa
- ... y que puede ser creada orgánicamente o adoptada de fuentes externas.

Pregunta de Votación Interactiva #1

Cuál es la principal razón de que la innovación sea importante en su empresa?

1. Considerar las necesidades de nuestros clientes
2. Tener una ventaja competitiva
3. Conseguir eficiencia en nuestra operación
4. Crecer en mercados ya existentes
5. Expandirse a nuevos mercados / productos
6. Reinventar nuestro modelo de negocio
7. Optimizar la selección de riesgos
8. Otros

Cuál es la principal razón de que la innovación sea importante en su empresa?



Fuente: Investigación y datos de AM Best



InsurTech – Orígenes y datos principales



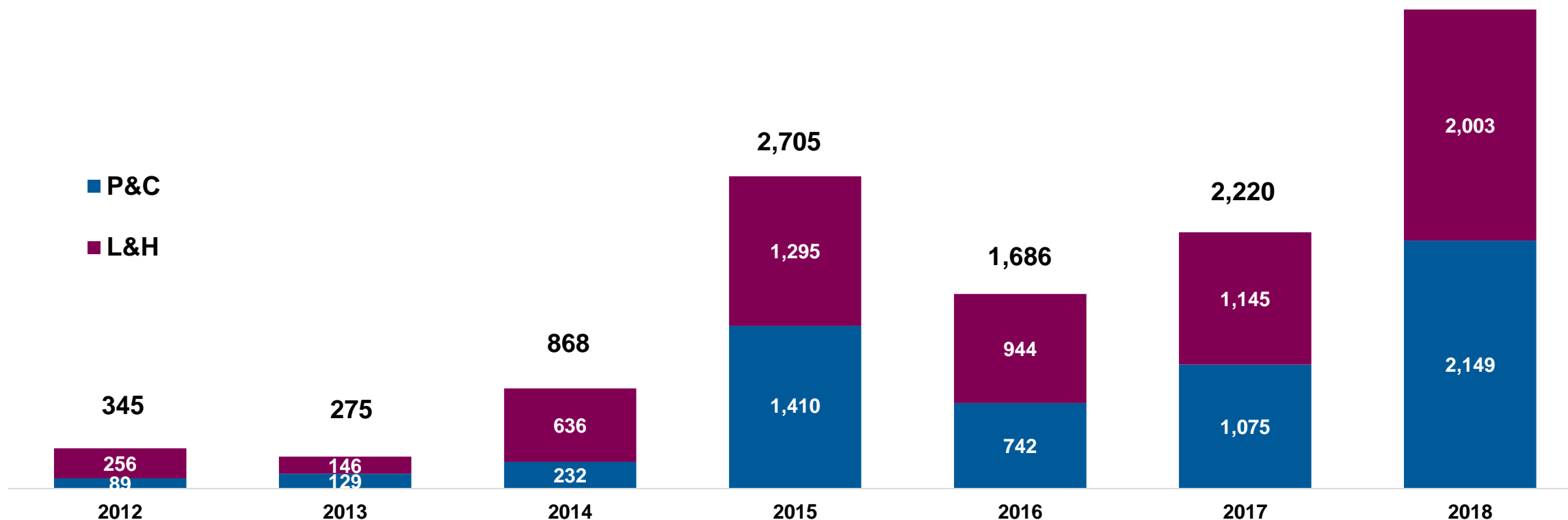
- Uso de innovaciones tecnológicas diseñadas para conseguir ahorros y eficiencias para el modelo actual de la industria del seguro
- Sus orígenes se remontan alrededor del 2008
- Es una clara señal de adaptación
- Se estima que se han creado alrededor de 1,080 compañías de Insurtech de 2008 a 2018

Fuente: Investigación y datos de AM Best



InsurTech – Inversión histórica en USD

Inversión en InsurTech por año – Property & Casualty y Life & Health (USD m) 4,152



Inversiones en InsurTech Q1 2019 = USD 1,420 m — tercer trimestre consecutivo con inversión > USD 1,000 m.

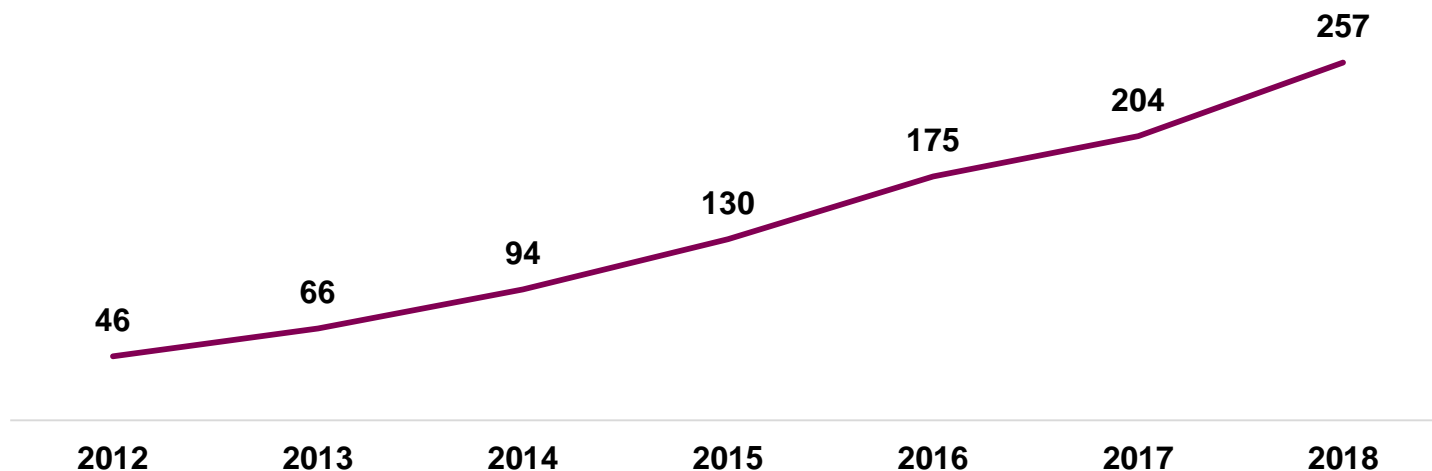
Willis Towers Watson Quarterly InsurTech Briefing Q1 2019

Fuente: Willis Towers Watson Analysis and CB Insight



InsurTech – Inversión histórica en número de transacciones

Transacciones InsurTech por año (2012 – 2018)



Número / % de transacciones que involucran al menos a un reasegurador

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	4	29	66	105	118	118
2%	6%	31%	51%	60%	58%	46%

Fuente: Willis Towers Watson Analysis and CB Insight

Año	P&C	L&H	Total
2012	16	30	46
2013	30	36	66
2014	41	53	94
2015	66	64	130
2016	124	51	175
2017	126	78	204
2018	168	89	257



InsurTech – Main Types

Interface Cliente

- Enfocado a áreas transaccionales comunes de la industria de seguros.
- Buscadores online, plantillas de llenado de información para cuestionarios, Apps de compañías de seguros.
- Su misión? Crear experiencias más simples para el consumidor.

Interface Proceso

- Enfocado a la parte que el cliente no ve. Procesos inherentes a la operación del seguro.
- Modelos de control de pérdidas, geolocalización, ajuste de siniestros, modelos de precios, guías de suscripción.
- Su misión? Reinventar ciertos procesos de la cadena de valor del seguro que por su naturaleza pudieran acercarse a la obsolescencia.

Insurtech – Ejemplos de éxito a nivel mundial



- Suecia
 - Seguros y salud para familias de bajos recursos
 - 26 millones de usuarios en 14 países



- Francia
 - I.A. para detección de fraudes en seguros
 - Oficinas en París, Singapur, Londres, Madrid, Zúrich y Hong Kong



- EEUU
 - Casa habitación basados en economía del comportamiento
 - Récord de ajuste más rápido en la historia
 - 3 segundos



- Inglaterra
 - Septiembre 02, 2019 – Lloyd's Lab
 - ClimaCell, Oasis, FloodFlash

Insurtech – Ejemplos de éxito a nivel América Latina



- México
 - Seguros para Auto 100% Digital
 - I.A. determina primas por patrones de conductores
- Argentina
 - A.P. en línea, según la ocupación
 - Coberturas temporales, a la medida
- Colombia
 - Broker de seguros digital
 - Más de 55,000 pólizas entre vehículos y SOAT
- Brasil
 - Parte de Caixa
 - Seguros para auto, casa y vida
 - Más de 1,000 combinaciones de servicios



“Seguros simples, justos y transparentes.”

- Pool de primas
- Manejo de Siniestros
- Repartición de utilidades

AM Best y nuestra visión hacia la innovación

Cambios Demográficos

- Desaparición de beneficios / pensiones definidas
- Cuidado de la salud cada vez más costoso
- Prevalcen cada vez más las “Gig Economies”.
- Patrones de consumo colaborativos



Patrones relacionados al medio ambiente

- Eventos hidrometeorológicos aumentan en severidad
- Migración a regiones costeras
- La urbanización conlleva a cambios topológicos



Tecnología

- La Nube
- IoT (Internet de las Cosas)
- Big Data
- Inteligencia Artificial
- Blockchain



AM Best y nuestra visión hacia la innovación



Nuestro plan es entender más a fondo y evaluar la capacidad de innovación de las compañías, incluyendo:

- Cómo los (re)aseguradores se adaptan a cambios en el Mercado.
- Cómo los (re)aseguradores cambian para mejorar en sus eficiencias operativas.
- La forma en que estos cambios influyen la fortaleza financiera y éxito de los (re)aseguradores.

Pregunta de Votación Interactiva #2

Su empresa tiene actualmente un aplicación (App) para teléfonos móviles?

1. Sí
2. No, pero planeamos usar uno en los próximos 1-2 años
3. No

Conclusiones



- Adaptarnos a nuevos patrones de consumo de nuestros clientes
- Entorno competitivo y con sobreoferta – Buscar eficientar la operación
- M&A en InsurTech a la vista
- Alianzas entre Mutuales e InsurTech – Opción muy viable en el futuro cercano
- La innovación es un valor agregado, por eso forma parte de la metodología de calificación de AM Best

Muchas Gracias



© AM Best Company, Inc. (AMB) and/or its licensors and affiliates. All rights reserved. ALL INFORMATION CONTAINED HEREIN IS PROTECTED BY COPYRIGHT LAW AND NONE OF SUCH INFORMATION MAY BE COPIED OR OTHERWISE REPRODUCED, REPACKAGED, FURTHER TRANSMITTED, TRANSFERRED, DISSEMINATED, REDISTRIBUTED OR RESOLD, OR STORED FOR SUBSEQUENT USE FOR ANY SUCH PURPOSE, IN WHOLE OR IN PART, IN ANY FORM OR MANNER OR BY ANY MEANS WHATSOEVER, BY ANY PERSON WITHOUT AMB's PRIOR WRITTEN CONSENT. All information contained herein is obtained by AMB from sources believed by it to be accurate and reliable. AMB does not audit or otherwise independently verify the accuracy or reliability of information received or otherwise used and therefore all information contained herein is provided "AS IS" without warranty of any kind. Under no circumstances shall AMB have any liability to any person or entity for (a) any loss or damage in whole or in part caused by, resulting from, or relating to, any error (negligent or otherwise) or other circumstance or contingency within or outside the control of AMB or any of its directors, officers, employees or agents in connection with the procurement, collection, compilation, analysis, interpretation, communication, publication or delivery of any such information, or (b) any direct, indirect, special, consequential, compensatory or incidental damages whatsoever (including without limitation, lost profits), even if AMB is advised in advance of the possibility of such damages, resulting from the use of or inability to use, any such information. The credit ratings, financial reporting analysis, projections, and other observations, if any, constituting part of the information contained herein are, and must be construed solely as, statements of opinion and not statements of fact or recommendations to purchase, sell or hold any securities, insurance policies, contracts or any other financial obligations, nor does it address the suitability of any particular financial obligation for a specific purpose or purchaser. Credit risk is the risk that an entity may not meet its contractual, financial obligations as they come due. Credit ratings do not address any other risk, including but not limited to, liquidity risk, market value risk or price volatility of rated securities. AMB is not an investment advisor and does not offer consulting or advisory services, nor does the company or its rating analysts offer any form of structuring or financial advice. NO WARRANTY, EXPRESS OR IMPLIED, AS TO THE ACCURACY, TIMELINESS, COMPLETENESS, MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR ANY PARTICULAR PURPOSE OF ANY SUCH RATING OR OTHER OPINION OR INFORMATION IS GIVEN OR MADE BY AMB IN ANY FORM OR MANNER WHATSOEVER. Each credit rating or other opinion must be weighed solely as one factor in any investment or purchasing decision made by or on behalf of any user of the information contained herein, and each such user must accordingly make its own study and evaluation of each security or other financial obligation and of each issuer and guarantor of, and each provider of credit support for, each security or other financial obligation that it may consider purchasing, holding or selling.

