



Panel seguro de crédito Pasa CDMX

Impactos de la transformación digital en nuestra actividad

- Paulo Morais -

Ciudad de México, 5 octubre 2019

PASA 

Asociación Panamericana de
Panamerican Surety Assn

- En esta era de la digitalización, la tendencia a convertir actividades tradicionales en una experiencia on-line a través de una plataforma está aumentando significativamente.
- Esto está teniendo un enorme impacto en la forma en que se realiza el comercio y las empresas pueden acceder a la financiación y a la securitización del crédito.



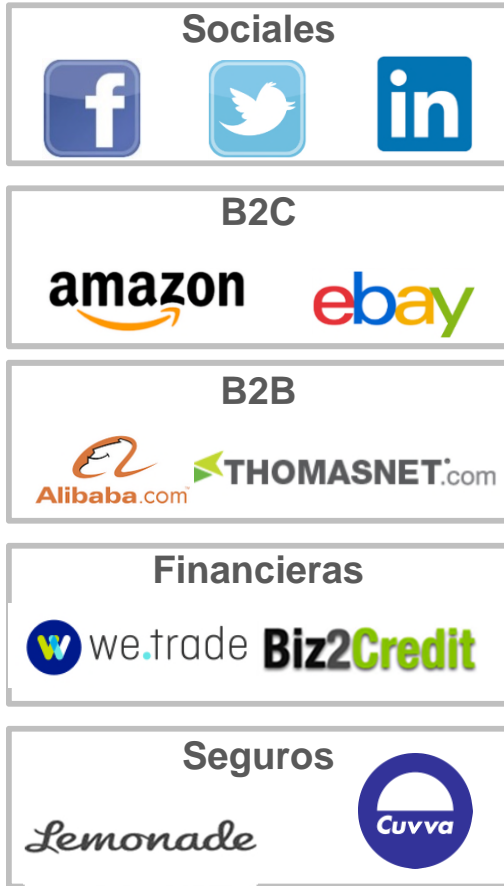
Kemiex es una red independiente de compañías que compran y venden principios activos, aditivos, vitaminas, excipientes y otras materias primas para la industria farmacéutica, veterinaria, y de alimentación humana y animal. Tiene el respaldo de una aseguradora de crédito que ofrece calificación de crédito para todas las empresas intervinientes, garantizando que puede comerciar con confianza.



Nimbla es una InsurTech de seguros que cubre facturas de empresas y que les permite verificar el riesgo de impago de estas. Su objetivo es ayudar a las pymes a administrar y proteger su crédito a través de su plataforma, ofreciendo control de crédito y seguro de crédito, factura a factura.

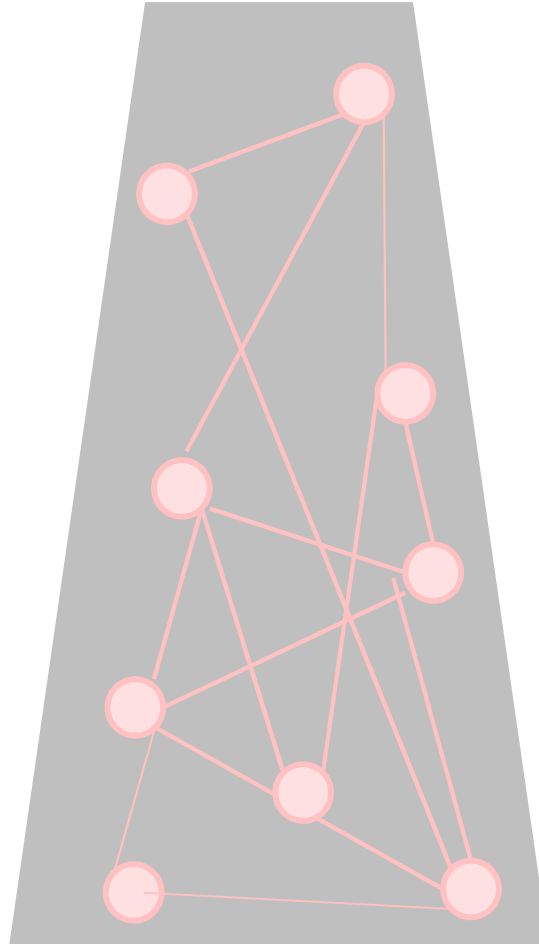
TENDENCIA PARA LAS PLATAFORMAS

Plataformas

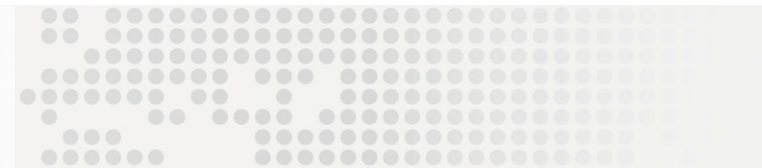


Factores de éxito

Mejora de productos y servicios:	Con información, video contenido social
Colaboración y Co-creación:	Permitir que otras partes integren/ co-creen fácilmente
Experiencia on-line sin interrupciones	Pagos integrados, log ventanilla única
Características sociales:	Calificaciones, comentarios chatbots, efecto de red
Orientación a los datos:	Plataf. recopilan, analizan e integran la información
Conectividad/tiempos respuesta rápidos:	Compatibilidad con APIs, intervención humana
Experiencia mejorada cliente:	Procesos digitales totalmente diseñados para el cliente

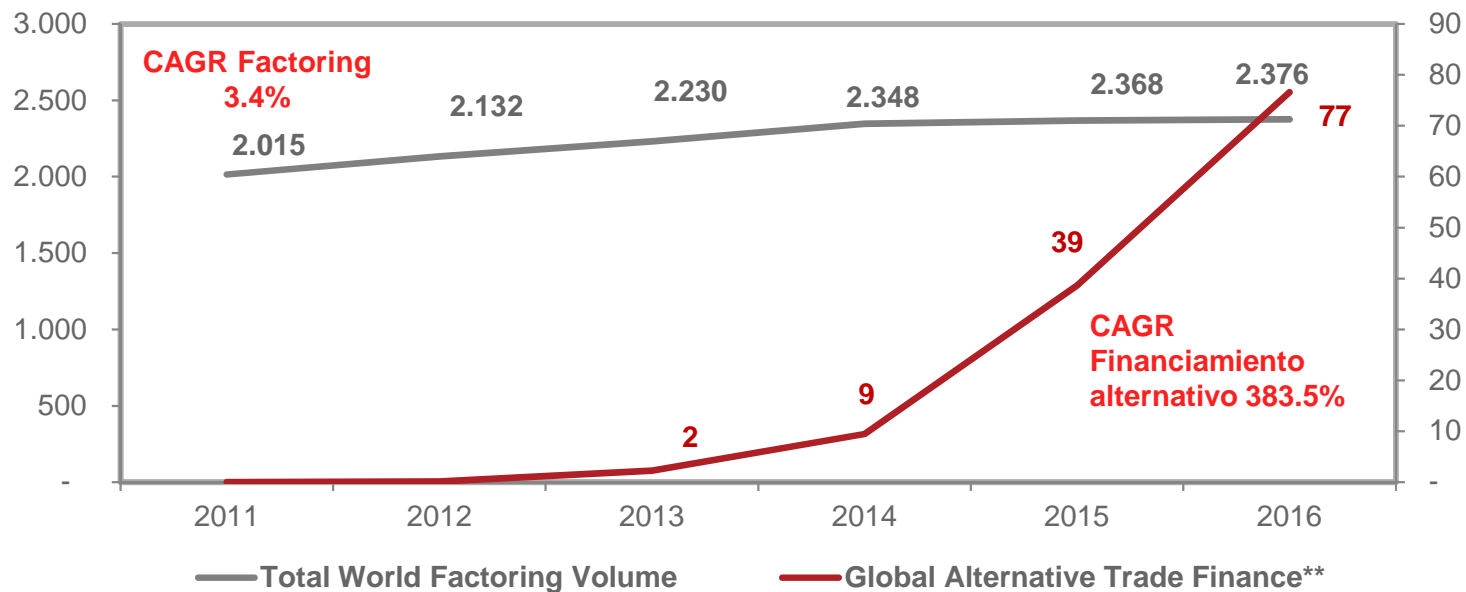


CARE update on platform and blockchain trends



Financiamiento alternativo versus financiamiento comercial tradicional

- En comparación con el volumen total de factoring mundial, que ha crecido con una tasa anual compuesta del 3,4% desde 2011, los negocios realizados con financiamiento alternativo han crecido anualmente 383,5% y llegaron a € 77.000 millones en 2016.
- Aunque el crecimiento ha sido sustancial, los volúmenes siguen siendo muy pequeños, porque corresponden solo al 3% de los volúmenes financiados por factoring en 2016.



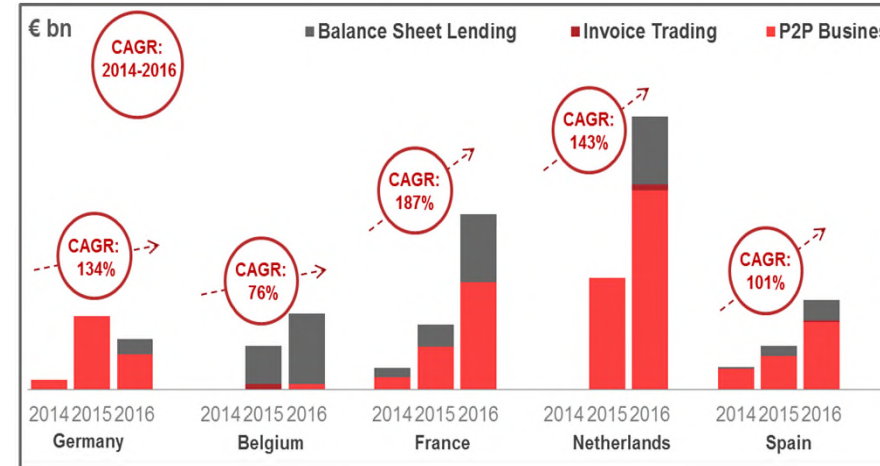
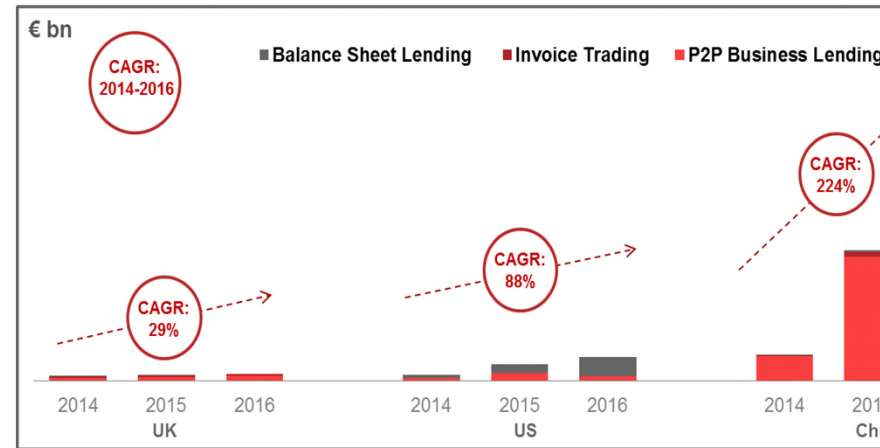
The alternative trade finance figures in the chart above include Peer-to-Peer Business Lending, Invoice Trading and Balance Sheet Business Lending and excludes all other forms of consumer or business finance.

CARE update on platform and block

El desarrollo del financiamiento alternativo (FA)

- La Universidad de Cambridge encuestó 344 plataformas financieras alternativas en 45 países europeos, 940 plataformas en América, 463 plataformas en China y 79 plataformas en el Reino Unido. Estas plataformas sirven tanto a consumidores como a empresas.
- Según su encuesta, el FA, tanto para consumidores como para empresas, está creciendo en todos los mercados. Las plataformas de financiación al consumo producen, de lejos, los mayores volúmenes en comparación con las plataformas de financiación empresarial.
- El FA para las empresas se dirige principalmente a las PYME, ya que la falta de financiación para las PYME a través del canal bancario crea un mercado sin explotar para ellas.
- El Reino Unido, EUA y China están mucho más desarrollados que los mercados europeos, con algunas de las plataformas online más avanzadas; utilizan instrumentos sofisticados de FA, en algunos casos con apoyo gubernamental.
- Otros mercados, como Francia, Alemania, los Países Bajos, España y Italia también reportan altas tasas de crecimiento, aunque los volúmenes siguen siendo muy bajos en comparación con el Reino Unido, EUA y China.
- Nos centramos en el financiamiento de facturas únicas debido a su estrecho vínculo con el seguro de crédito y al aumento de la actividad de la competencia en esta área.

Alternative Finance to Businesses – Volume Growth

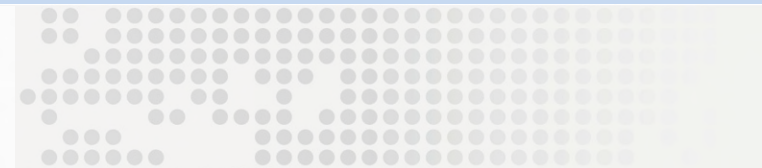


CARE update on platform and block

Lo que están haciendo las Aseguradoras

- Están trabajando en la mejora integral de la experiencia con los clientes, haciendo todo el proceso de información, contratación y manejo de la póliza sea una experiencia que facilite la comunicación y la interacción con los clientes.
- Están poniendo la tecnología del Big Data, Machine Learning y Internet-de-las-Cosas al servicio del pricing y de la evaluación de los riesgos; promueven una mayor rapidez en la toma de decisiones, una mejor evaluación de los riesgos y una mejor gestión de la rentabilidad del cliente, todo esto con una importante reducción de costes.
- Están desarrollando nuevos servicios de valor añadido, mapas interactivos de mercados potencial, inteligencia económica, herramientas de monitorización de la cartera, alertas financieras, CRM de clientes, emails automatizados de recordatorio o reclamación de pagos (con la tecnología Bot).
- Por último, están intentando conceder a sus clientes experiencias proactivas y personalizadas, de acuerdo con sus necesidades.

Transformación digital en el sector asegurador – M



Como funciona la Generación Z

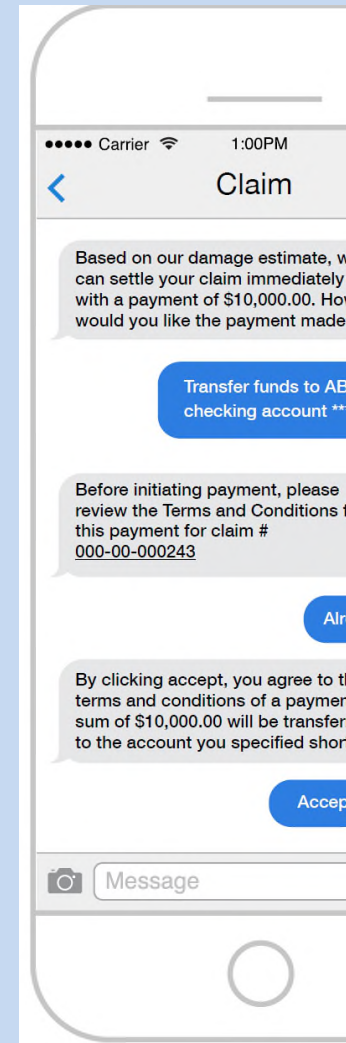
- La economía digital creó un nuevo tipo de cliente de seguros
- Clientes que esperan un servicio a la carta, a cualquier hora y en cualquier lugar, de cualquier dispositivo
- Clientes
 - **Que leen de forma digital**
 - **Que investigan de forma digital**
 - **Que ven de forma digital**
 - **Que compran de forma digital**
 - **Que comunican de forma digital**
 - **Que traen digital en el bolsillo**
 - **Que esperan que te relaciones con ellos en**



DIGITAL

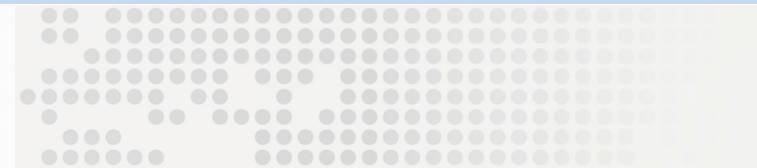
¿Cuál será el futuro de la Distribución?

- Con la utilización por parte de las aseguradoras de asistentes virtuales inteligentes y chatbots, que mejoran significativamente las interacciones de servicio, ¿cual será el papel de la distribución?
- Con la cultura tecnológica, social y ambientalista de la Generación Z, ¿tiene cabida la actual forma de relacionarse de los distribuidores?
- Para esta Generación, ¿los distribuidores tendrán la misma importancia que tenían con las anteriores generaciones?
- ¿Los corredores y agentes de menor dimensión tienen condiciones financieras, conocimiento y perspectiva tecnológica suficiente para alcanzar un nivel digital adecuado? ¿Asistiremos a fusiones y/o desapariciones?



¿Cuál será el futuro de la Distribución?

- Tendrán que operar más eficientemente.
- Tendrán que actuar más como consultor y no como facilitador de datos.
- Deberán tomar decisiones comerciales más informadas y no basadas en imprecisiones.
- Deberán construir mejores relaciones con las aseguradoras y evitar la superposición de servicios.
- Tendrán que mejorar el servicio al cliente y prepararse para una comunicación digital para mejorar la experiencia del cliente.
- Tendrán que invertir fuertemente en tecnología para aumentar la productividad y la rentabilidad de su negocio.



¡Gracias!

