



INNOVACION TECNOLÓGICA Y SEGURO DE CRÉDITO- PRODUCTO

Jesús Urdangaray

02/10/2019



» INNOVACION TECNOLÓGICA Y SEGURO DE CRÉDITO

1

**Evolución
Histórica del
Seguro de
Crédito**

2

**La oferta actual
del Seguro de
Crédito**

3

**Evolución futura
de la oferta del
Seguro de
Crédito**

4

**El papel del
regulador en el
nuevo escenario
tecnológico**

1. HISTORIA DEL SEGURO DE CRÉDITO.



El seguro de crédito es una institución con 200 años de Historia



Inicialmente surgió para proteger a las empresas en sus transacciones internacionales, Posteriormente se incorporaron las transacciones domésticas que constituyen actualmente el grueso del capital asegurado.



Durante muchos años ha contado con el respaldo de los Estados. Hoy en día es operado fundamentalmente por la iniciativa privada.



Tradicionalmente se ha considerado como un producto “especializado” que requiere de personal “altamente cualificado” tanto para su venta como para su contratación.

2. Oferta actual del seguro de crédito.

- › La base de la oferta es la póliza global con obligación de asegurar todas la ventas (WTO) y clasificación de todos los deudores.
 - › Condicionados generales extensos que definen las obligaciones del asegurado:
 - › Riesgo OPERATIVO elevado.
- Variaciones sobre la WTO
 - › Póliza individual
 - › Exceso de perdidas
 - › “Top up”
 - › Limites no cancelables
 - › La competencia en el mercado se centra fundamentalmente en precio y relajación de condiciones.



3. Evolución futura de la oferta de seguro de crédito.

Estamos Inmersos en una *revolución* Tecnológica y Social

Revolución Tecnológica

Móvil internet /
Democratización
del **Smartphone**

Potencialmente
capacidad infinita de
almacenamiento - **Cloud**
Conectividad – **M2M**

Disminución de **costes**
tecnológicos



El control remoto
de nuestras vidas

Revolución Social

Adopción cada vez
mas veloz de nuevas
tecnologías

Aumento cada vez
mayor de modelos de
negocio innovadores
basados en **freemium**

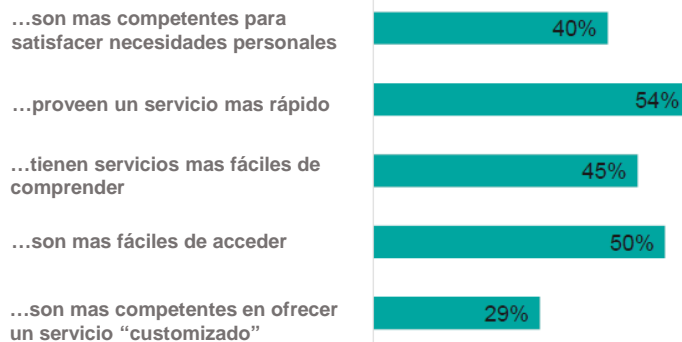
Expectativas de
servicio **real time**,
24x365 y **ubicuo**



3. Evolución futura de la oferta de seguro de crédito.

Los clientes manifiestan estos sentimientos - las aseguradoras tienen que ser más ágiles para competir

Compraría seguros de un proveedor servicio online como Google o Amazon porque son....



IBM Institute for Business Value



3. Evolución futura de la oferta de seguro de crédito.

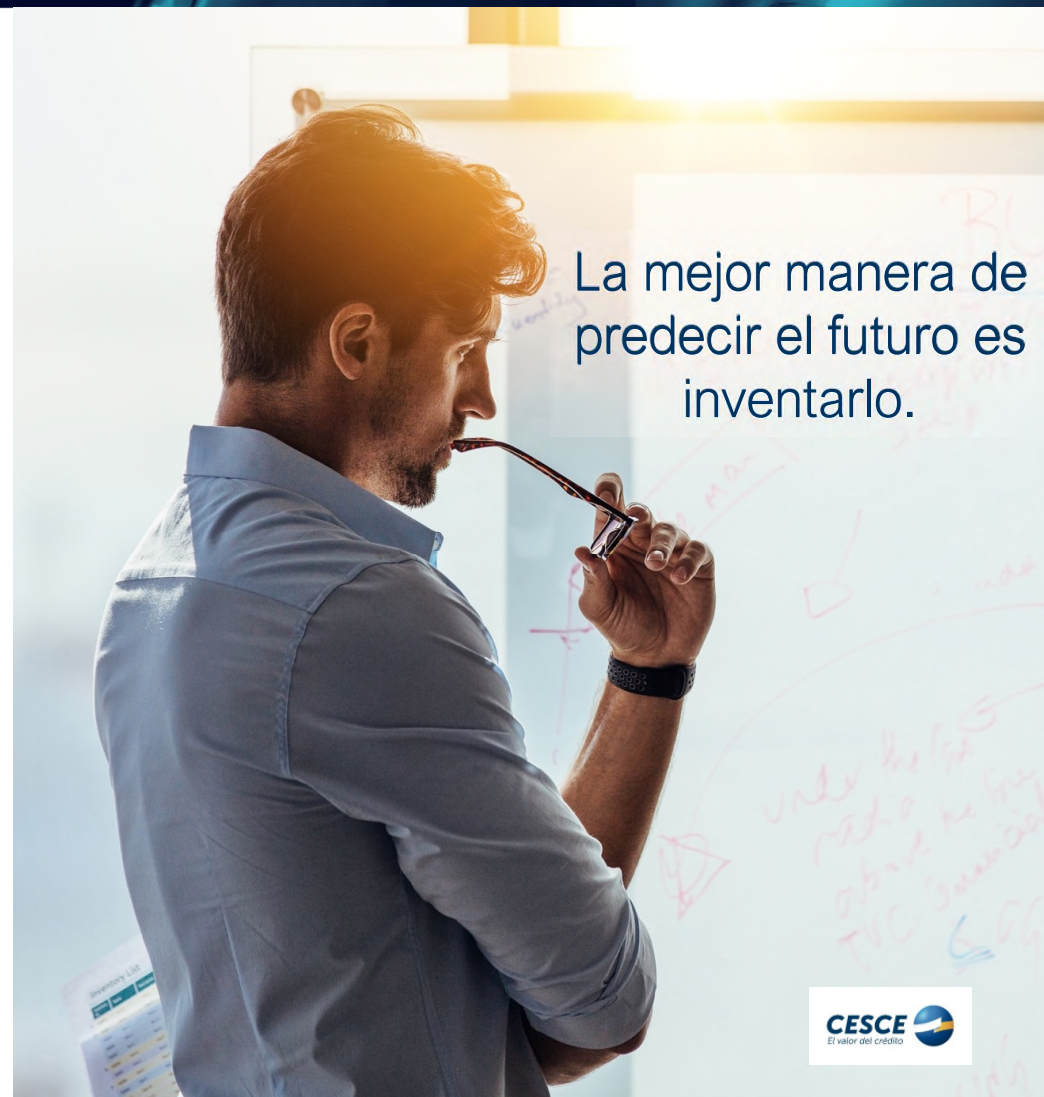
- El potencial digital del producto tradicional es **Muy Bajo**.
- El potencial digital de los productos deberá ser **Muy Alto**

Claves para la “hiperadopción” en la economía digital descritas por James McQuivey, Consultor de Forrester:

- **Bajo Riesgo de Prueba**
- **Concepto Sencillo**
- **Focalización**
- **Experiencia de Cliente**

Elementos de una nueva oferta de valor digital:

- **Eliminar el riesgo de prueba:** Abaratar costes, Opciones “freemium”.
- **Simplificar:** Fácil de entender, sin riesgo operativo.
- **Focalizar:** Productos distintos para clientes distintos.
- **Experiencia de cliente:** Captación, fidelización, retención





» 4. El papel del Regulador en el nuevo escenario

- Con el avance de la tecnología las fronteras son cada vez mas ambiguas.
- El Dato: el gran tesoro del siglo XXI.

El regulador debe evolucionar al ritmo de las nuevas tecnologías desarrollando herramientas y capacidades de supervisión que :

- **Garanticen la leal competencia entre los operadores del mercado considerando nuevos intervinientes: Insurtech, Start Up, Big Tech.**
- **Protejan los intereses de los consumidores: Nuevos productos con efectos de seguro pero sin apariencia de seguro, seguridad de la información, protección de datos,...**

Para ello es necesario:

- **Equipos multidisciplinarios: Abogados, economistas, matemáticos, actuarios, científicos de datos.**
- **Cooperación entre diferentes autoridades competentes dentro y fuera del sector asegurador.**

Fuente IAIS: International Association of Insurers Supervisors



XVI Seminario Técnico
de Fianzas y Crédito
de la Asociación Panamericana de Fianzas
Ciudad de México • México
1 al 4 de octubre de 2019

Muchas gracias

