



↑ Gabriel Alzate, Innovation and digital transformation Manager y Speaker Internacional en Sophos Solutions y GAT DIGITAL

Insurtech Colombia 2021

Reflexiones del ecosistema asegurador

La celebración de los 45 años de Fasecolda inició con el seminario virtual Insurtech Colombia 2021. Actores del ecosistema de innovación en seguros, del ámbito global, regional y nacional acompañaron espacios académicos sobre las oportunidades, retos y escenarios futuros del sector.

Johan Sebastián Rozo Calderón. Asistente de Investigación

Nataly Paola Galán Pérez. Líder de Inclusión Financiera e Innovación de Fasecolda

Mabyr Valderrama Villabona. Directora de Inclusión Financiera y Sostenibilidad de Fasecolda

La industria aseguradora colombiana, comprometida con el constante reto de evolucionar, adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes y desarrollar soluciones innovadoras que llenen sus expectativas, se pone cita, cada dos años, para conocer nuevas herramientas y anticipar el futuro de los seguros.

El 12 y 13 de agosto se llevó a cabo la tercera edición del evento más importante de América Latina sobre la aplicación de innovaciones tecnológicas en la industria aseguradora: *Insurtech Colombia 2021*. El evento contó con 330 inscritos, de Colombia, Estados Unidos, España, Argentina, México y otros 14 países. La pandemia trajo consigo la aceleración de la transformación digital del sector asegurador, así como el aumento de las inversiones en el mundo tecnológico. La industria debe responder a nuevos estilos de vida, formas de trabajo, canales de comunicación y riesgos emergentes. Se requiere fortalecer la relación entre las aseguradoras y los clientes. Este fue el contexto que propició el diálogo sobre los asuntos prospectivos del seguro, la aplicación de tecnologías y el desarrollo *insurtech* en Colombia, reflexiones que abonan el camino para transformar los retos en grandes oportunidades para la industria.

Conferencistas de primer nivel propiciaron un diálogo académico que generó reflexiones sobre el ecosistema asegurador, relacionadas con la necesidad de definir una nueva estrategia e integrarla con la tecnología, dinamizar las *insurtech* en Colombia y reconocer la importancia del talento humano de la industria.

Insurtech Colombia 2021 también trajo segmentos novedosos en su agenda. Antes de iniciar las jornadas académicas de cada día, se desarrollaron sketches que mostraron cómo la tecnología está presente en

varios momentos de la experiencia de los clientes con sus seguros.

En horas de la tarde, se abrieron espacios comerciales orientados a conocer soluciones en analítica de datos y asesoramiento enfocado en la transformación digital de las compañías.

➔ Si las aseguradoras no se involucran activamente en el desarrollo de ecosistemas, perderán porciones significativas de clientes y verán seriamente comprometida su competitividad y sostenibilidad.

Definición de una nueva estrategia e integración con la tecnología

Los cambios organizacionales apalancados principalmente en tecnología han evidenciado que alrededor del 70% de los procesos de transformación digital han fracasado por diversos motivos: fallas de liderazgo, presupuestos desalineados, equipos desarticulados, cultura, proyectos no consistentes ni alineados con el negocio y mayor énfasis en los productos y no en los clientes.¹

1. Entrevista a Harry Robinson, Julio 10, 2019. <https://www.mckinsey.com/business-functions/transformation/our-insights/why-do-most-transformations-fail-a-conversation-with-harry-robinson>



George Kesselman - Presidente y Head Commercial InsurTech Asia Association y Za Tech



Magdalena Ramada - InsurTech Innovation Leader (EMEA) Willis Towers Watson



Denny Weinberg - Chief Executive Officer (CEO) Granular Insurance



Erick Rincón Cárdenas - Presidente Colombia Fintech y de la Alianza Fintech Iberoamérica

Comenzar la transformación digital en una compañía no solo requiere abordar la implementación de tecnología, sino, sobre todo, definir la nueva estrategia; ello implica mejorar los procesos de evaluación de riesgos a futuro para adaptarse a los nuevos modelos de negocio que están surgiendo y que se convertirán en dominantes, así como propiciar esquemas horizontales de organización, lo que pondrá la especialización de las partes al servicio del trabajo colaborativo entre disciplinas.

El modelo deberá ser abierto, autónomo, conectado y útil (con propósito). Será necesario reconocer que ya no es económicamente viable que las aseguradoras lo hagan todo y que mejorarán la colaboración con enfoques abiertos a la ingeniería de ecosistemas. Los clientes esperarán que los seguros estén integra-

dos en donde se necesiten, por lo que las compañías aseguradoras podrían ser invisibles para el usuario, pero los seguros tendrían mayor presencia en la vida cotidiana.

Los dispositivos y productos conectados llegarán a estandarizarse y masificarse, trayendo consigo la redefinición de las necesidades de los clientes y la manera en que las aseguradoras puedan brindar protección y prioridad al contacto humano. Por último, los consumidores comprarán productos de las aseguradoras que en consonancia con sus valores y mejoren su bienestar financiero. Las compañías de seguros se convertirán en repositorios confiables de la identidad digital de los usuarios y de sus datos personales, los cuales serán activos que requieren protección.



↑ Jorge Castaño - Superintendente Financiero de Colombia



↑ Panel con: Carlos Rebellón, Intel; Ximena Duque, Fedesoft; Javier Iregui, Salesforce; Martha Lucía Pava, Presidente Junta Directiva de Fasecolda.



↑ Ellen Carney - Analista principal Forrester



↑ Miguel Gómez Martínez - Presidente de Fasecolda en la instalación de Insurtech Colombia 2021

Dinamizar las *insurtech* en Colombia

Si las aseguradoras no se involucran activamente en el desarrollo de ecosistemas, se verán desplazadas por otros sectores económicos que puedan desarrollar productos novedosos de aseguramiento, perderán porciones significativas de clientes y verán seriamente comprometida su competitividad y sostenibilidad.

La industria de los seguros debe ir más allá de su ámbito natural de influencia para lograr permear diferentes ecosistemas donde el seguro se ofrezca como un producto complementario o alternativo. La innovación de ofertas generadoras de valor deberá estar enfocada

↻ La transformación del aparato productivo comienza con la consolidación de organizaciones más humanas.

en crear soluciones que alimenten un portafolio más amplio de servicios y productos.

Establecer una ruta de trabajo que sea mayoritariamente colaborativa, y en menor medida competitiva, favorecerá la sostenibilidad de la industria en el tiempo. Idealmente, las aseguradoras y las *insurtech* deberían alinear sus

intereses hacía propósitos convergentes. Por ejemplo, los microseguros podrían llegar a ser mucho más sencillos y fáciles de usar, ofrecidos a costos reducidos. Si el producto es exitoso, aumentará la confianza del consumidor frente a los seguros y la demanda de estos.

Reconocer y fortalecer el talento humano

La transformación del aparato productivo comienza con la consolidación de organizaciones más humanas. La gestión, bienestar, organización y empleabilidad del talento humano dentro del sector requiere modelos de trabajo híbridos: mezcla de presencialidad y trabajo remoto, así como proyectos de capacitación donde se ofrezca una posibilidad amplia para formar el talento humano, bien sea por iniciativa de las compañías o mediante alianzas con el sector público y privado. La capacitación debería impartirse a profesionales que ya trabajen dentro de la industria, para que sus habilidades blandas y duras puedan fortalecerse para enfrentar los nuevos retos.

Vislumbramos un cambio en el paradigma tradicional de talento humano: configurar paquetes atractivos de incentivos monetarios y una oferta de valor que brinde mayor flexibilidad laboral y reconocimientos por los logros obtenidos.

Para un adecuado funcionamiento de la industria, es necesario atraer talento, más allá de los títulos académicos, teniendo en consideración las habilidades técnicas y tecnológicas. Así mismo, las compañías podrían trabajar en formar semilleros de profesionales, con la finalidad de cerrar brechas y atraer talento humano joven hacia el sector.

La tecnología debería ser utilizada como un medio para la generación de calidad de vida, mas no como un fin en sí mismo. Por ende, para un adecuado mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y de la productividad de las compañías, es necesario establecer indicadores favorables para el uso de la tecnología. Por ejemplo, un ejecutivo de marketing que pueda hacer uso de la tecnología para mejorar los costos de adquisición de clientes y así ofrecer un servicio más personalizado que permita atender las necesidades de los consumidores.

La promoción de una cultura corporativa de la inquietud, como mecanismo para la generación de ideas y proyectos, favorecerá la innovación. Cada compañía deberá construir una estrategia que tolere los procesos de prueba y error, que deben darse bajo un escenario de creatividad, pues es allí donde las empresas deben realizar varios intentos para crear el mejor producto posible. Será determinante que las compañías comiencen a medir el impacto y utilidad de la innovación que están creando. Lo que no se mide, no existe.

Nuestra apuesta por consolidar la sostenibilidad del sector y, por esta vía, contribuir a la sostenibilidad de nuestro país requiere promover la innovación como detonante de mejores productos de protección. Las compañías deben ajustar sus estrategias de negocio y tecnología para responder a los principales cambios del entorno, y considerar a las *insurtech* y a los ecosistemas colaborativos como elementos centrales del panorama de los seguros del mañana. [En el canal de Youtube de Fasecolda](#) podrá encontrar las memorias del evento y revivir los mejores momentos. 

Bibliografía

Robinson, Harry (10 de julio de 2019). Entrevista en McKinsey. Recuperado de: Entrevista a Harry Robinson, Julio 10, 2019. <https://www.mckinsey.com/business-functions/transformation/our-insights/why-do-most-transformations-fail-a-conversation-with-harry-robinson>

(5) INSURTECH COLOMBIA 2021—YouTube. (s. f.). Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://www.youtube.com/>

Corferias. (s. f.). Insurtech Fasecolda. Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://insurtech.centrodeeventosfasecolda.com/es/>

Lleva tu
negocio
más lejos

Carrera 7 No. 24 - 89 Bogotá • Teléfono: 423 5757
Resto del país: 01 8000 512620 • #247

www.axacolpatria.co

     AXA COLPATRIA