

In Conversation Series

Bringing together European policy makers and industry experts to help decision makers navigate the important issues affecting business

Aon Expert Talk: Ampliando la transformación digital de Europa: el papel de las InsurTech y el digital finance ante un panorama post-pandémico

El nuevo coronavirus (COVID-19) ha acelerado la necesidad de un mercado único digital europeo en los modelos de negocio de todos los sectores y tamaños, especialmente para apoyar a las pymes a través de servicios financieros digitalizados. La Estrategia de Financiación Digital de la Unión Europea presenta una oportunidad para desarrollar infraestructuras digitales sólidas que permitan la continuidad comercial y mejoren el acceso a la protección de seguros.

El 26 de noviembre, como parte del ciclo “In Conversation Series”, Aon celebró un encuentro digital con líderes de los sectores público y privado de la UE, con el objetivo de debatir el papel de las InsurTech y el digital finance en un entorno complejo como el actual. La dirección de la política europea, los desafíos y beneficios futuros, así como el papel fundamental de la industria de seguros fueron los temas principales de un evento en el que España fue el país anfitrión por su actividad legislativa sobre la transición digital de sus sistemas financieros.

Keynote Speaker: Carlos San Basilio

Secretary General of the Treasury and International Financing (Ministry of Economic Affairs and Digital Transformation)

Diego Rubio

Director of the National Office of Foresight & Strategy of the Spanish Government

Joaquín de Valenzuela

SVP leading digital banking at Temenos and former Head of Financial Services at Salesforce EMEA

Marguerite Soeteman-Reijnen,

Chairman Executive Board Aon Holdings, Global CMO Aon Inpoint

Trevor Maynard,

Head of Innovation, Lloyd's Lab

Vicente Cancio

CEO Zurich Group Spain

Moderator: Elena González-Blanco

General Manager of CoverWallet Europe

Todos los panelistas estuvieron de acuerdo en el papel fundamental que la digitalización juega en el entorno actual y en la recuperación y supervivencia de las empresas, en especial de las PYMEs, que se enfrentan a mayores dificultades y con recursos más escasos. También estuvieron de acuerdo en la necesidad de que Europa cuente con una sólida estrategia en este sentido, estableciendo un marco regulatorio y una política de inversiones adecuada que permita el desarrollo de los procesos de digitalización en toda la UE. La irrupción del COVID-19 ha provocado un cambio en el comportamiento de los consumidores y clientes, con interacciones más digitales, que conlleva una nueva cultura y requiere un nuevo modelo organizativo y comercial en el que las FinTech e InsurTech tienen mucho que aportar.

INTRODUCCIÓN

Carlos San Basilio, presentado por **Eduardo Dávila**, CEO de Aon Iberia y Middle East, señaló que el coronavirus ha tenido un gran impacto en la economía española, aunque afirmó que se han sentado las bases para una pronta recuperación, dentro de la cual la digitalización jugará un papel fundamental.

El papel de la Comisión, en términos de promoción de la digitalización, no está exclusivamente en el lado de la inversión sino también a través de la regulación. La Comisión Europea ha anunciado su Estrategia de Financiamiento Digital con varias iniciativas legislativas para definir muy claramente las reglas de digitalización en la UE, promover la innovación y garantizar al mismo tiempo la protección del consumidor.

En España se ha comenzado a trabajar en dos normativas específicas: Resiliencia Operacional Digital (DORA) en materia de riesgo cibernético, que podría tener un impacto en FS, ya que abordaría el uso de la nube y las reglas de subcontratación para protegerse contra el riesgo sistémico; y Mercados para Criptoactivos (MiCA), que aborda las reglas sobre las criptomonedas. También se refirió a la ley aprobada recientemente por el parlamento español en términos de incentivar la transformación digital del sistema financiero mediante el establecimiento de un sandbox regulatorio, instrumento utilizado en economías dinámicas en el dominio digital, configurando un área controlada para poner en marcha proyectos innovadores en el sistema financiero, abordando todos los sectores de servicios financieros, como seguros, pagos, banca y mercados de valores.

Panel #1: Estrategia de digital finance de Europa: prioridades y desafíos

En primer lugar, se analizó cómo ha influido el Covid-19 en el proceso de digitalización, tanto desde el punto de vista del consumidor como desde el punto de vista empresarial, además de aspectos como la estrategia de digital finance de Europa, el papel de los datos, la gestión del talento o el Foresight

El **Dr. Trevor Maynard** afirmó que la pandemia ha acelerado la necesidad de modelos comerciales digitales y resilientes, con más teletrabajo y usos más amplios de las soluciones de servicios en la nube. Según un estudio de Lloyd's de 2017 que reflejaba un posible ataque a la nube, su pérdida durante unos días podría tener un impacto económico significativo, por lo que ser resistente a los fallos de la nube es clave y que las aseguradoras estén preparadas para dar respuesta es necesario. Asimismo, destacó la importancia de los datos, indicando que se están convirtiendo en el petróleo de la economía, pues son cruciales para detectar tendencias, estimar frecuencias y estimar la gravedad de las pérdidas.

Joaquín de Valenzuela por su parte afirmó que el Covid-19 es un evento inesperado que ha conmocionado a la industria de servicios financieros y también ha acelerado el proceso de digitalización, provocando un cambio en el comportamiento de los consumidores y clientes, con interacciones más digitales. La digitalización conlleva una nueva cultura

y un nuevo modelo organizativo que pone al cliente en el centro.

Marguerite Soeteman-Reijnen señaló que la digitalización se ha producido a un ritmo rápido y la UE quiere crear un sector financiero europeo muy competitivo con productos innovadores, garantizando al mismo tiempo la protección del consumidor y la estabilidad financiera. El objetivo de su estrategia es que los servicios financieros europeos sean más amigables digitalmente y estimular la innovación responsable entre los proveedores de servicios financieros de la UE, garantizando la igualdad de condiciones, ya sean bancos tradicionales o empresas de tecnología. La gestión de datos también es clave, ya que promueve los datos y las finanzas abiertas al tiempo que mantiene los altos estándares de la UE en materia de privacidad y protección de datos. También hizo referencia a la brecha de talento con respecto al aspecto digital, reflejada en el informe Human Capital Solutions de Aon, que reveló que el 59% de los líderes de recursos

humanos (antes del Covid-19) tenían dificultades para identificar el talento digital, algo que es clave.

Vicente Cancio afirmó que los datos son y siempre han sido fundamentales para las aseguradoras, destacando que el uso ético de los mismos es absolutamente crítico y debe ser motivo de preocupación para todos. Señaló cómo el Covid-19 ha destruido el concepto de que los seguros no pueden ser digitales por ser demasiado complejos y, aunque podrían estar un poco rezagados, se volverán más digitales.

Diego Rubio hizo referencia al hecho de que para que estas tecnologías prosperen, las personas deben

aprender a usarlas. Esto lleva tiempo, y por ello solo el 17% de las pymes europeas utilizan servicios en la nube y solo el 12% utiliza big data. La formación es fundamental y es necesario mejorar los programas de perfeccionamiento y reciclaje. También señaló la importancia del foro de la UE donde las unidades de Foresight de los estados miembros debaten y determinan las próximas grandes tendencias. Dado que la digitalización avanza rápidamente, la única forma de adelantarse a nuestros competidores y a los problemas es desarrollar un enfoque anticipatorio tanto en términos de en qué tecnología deberíamos invertir como en cómo adaptar nuestros marcos regulatorios a esas tecnologías.

Panel #2: Economía digital europea para las PYMEs

En este panel se analizó cómo está cambiando la digitalización el panorama de la competencia, el impacto de un marco financiero abierto, la capacidad de los cambios regulatorios para facilitar la transformación digital y la digitalización de las pymes.

Vicente Cancio comentó, por un lado, la digitalización de las compañías de seguros, relacionada con cómo pueden simplificar sus procesos, mejorar las experiencias de los clientes y ser más efectivas. Por otro lado, la aparición de los nuevos mercados digitales y del deseo de los consumidores de pasar a lo digital. En este sentido, destacó la importancia de la colaboración con FinTechs e InsurTechs, y el probable aumento de la competencia. También indicó que las PYME se ven gravemente afectadas por la situación actual de la economía y no es solo un problema que esté en manos de las aseguradoras ofreciendo mayor protección. El panorama de riesgos está cambiando, no solo por la pandemia, sino también a que otras amenazas como el riesgo cibernético. La colaboración público-privada será esencial.

Joaquín de Valenzuela señaló que la digitalización está eliminando barreras y aumentando la competencia, creando oportunidades increíbles para acelerar los procesos de digitalización, mejorar el servicio al cliente, mejorar la productividad y agilizar los procesos de negocio. También opina que estamos avanzando para pasar a una economía impulsada por API, donde los operadores tradicionales ven cómo sus ventajas competitivas se diluyen y las FinTechs cobran relevancia, fomentando la colaboración entre todo tipo de empresas, con nuevos modelos de negocio y redefinición de la cadena de valor.

Diego Rubio destacó cómo la regulación puede obstaculizar la innovación, pero también puede ser un poderoso estímulo para ella y es además una de nuestras fortalezas clave en Europa, ya que nos promueve a nivel mundial como un entorno digital confiable y ser líderes en campos como la privacidad, la igualdad y los derechos del consumidor.

Marguerite Soeteman-Reijnen afirmó que nos encontramos en una situación compleja, ya que queremos asegurarnos de que los consumidores estén adecuadamente protegidos, al mismo tiempo que reciben los mejores productos financieros posibles. Las empresas que trabajan en este entorno también desean mejorar la rentabilidad, reducir costes y fidelizar a los clientes. Todas las nuevas iniciativas sobre finanzas digitales nos permitirán adoptar las nuevas tecnologías y desarrollos, creando un buen campo de juego.

Dr. Trevor Maynard señaló que las PYME necesitan más apoyo, ya que es posible que no tengan los recursos para sobrevivir a este impacto. Por ejemplo, pueden verse afectados por ransomware, pero carecen de los recursos y las capacidades para hacer frente a amenazas como ésta. Por ello requieren una mayor oferta de productos y soluciones digitalizadas especializadas.

Panel #3: La transformación digital de los seguros, InsurTech y el potencial de coordinación público-privada

El último panel abordó cuestiones como la gestión del riesgo y el papel de la industria de seguros, la importancia de las tecnologías habilitadoras para las InsurTech y Fintech, o la coordinación entre la industria y el sector público para abordar los riesgos digitales.

Vicente Cancio destacó cómo el Covid-19 ha hecho que las exposiciones cibernéticas sean más relevantes y prominentes, ya que las sociedades y empresas están más conectadas digitalmente. Indicó que los ciberataques se han multiplicado en los últimos 5 años, existiendo un mercado de protección cibernética valorado en 25.000 millones de dólares a nivel mundial, aunque entre el 80% y el 90% basado en EEUU, que se espera sea de 80.000 millones en 2024.

Marguerite Soeteman-Reijnen afirmó que casi el 50% de los nuevos compradores del mercado de seguros cibernéticos son pequeñas empresas, que necesitan una protección más sofisticada ya que se enfrentan a más riesgos con recursos limitados. La tecnología emergente incluye innovación y disrupción, así como análisis y datos, presentando oportunidades en los seguros para ofrecer productos adecuados y garantizar una mejor experiencia de cliente y procesos de suscripción, así como el uso de

datos para abordar nuevos riesgos y mejorar la eficiencia operativa. En particular, la inteligencia artificial puede ayudar a identificar estos riesgos.

Joaquín de Valenzuela señaló que la mayoría de las nuevas Fintech e Insurtechs tienen una ventaja competitiva al utilizar soluciones en la nube desde el principio. Las plataformas de análisis de datos e inteligencia artificial maximizan estos beneficios, permitiendo a las empresas extraer valor de los datos, recopilar información de diferentes empresas tradicionales y hacer un buen uso de la información, brindando una mejor experiencia al cliente.

Dr. Trevor Maynard afirmó que las asociaciones público-privadas pueden ser muy potentes pero difíciles de alcanzar, al existir en ocasiones prioridades contrapuestas. Destacó la importancia de la coordinación en materia de digitalización, y el valor del apoyo por parte de los responsables políticos para innovar de forma continua.

Elena González-Blanco, moderadora del evento, reiteró cómo el momento que vivimos ha supuesto un acelerador para alcanzar la era digital y un cambio revolucionario en el mercado, que necesitará de la colaboración entre mundo tecnológico y no tecnológico, y en que el Dato dará el poder de ofrecer la personalización que el cliente necesita. En este sentido, hizo alusión a Jeff Bezos, CEO de Amazon, quien afirma que "si hay una razón por la que lo hemos hecho mejor que nuestros competidores en Internet es porque nos hemos centrado como un láser en la experiencia del cliente, y eso realmente es fundamental para cualquier negocio".

Como conclusión, agradeció a todos los ponentes su participación y terminó con una cita de Chris Skinner, gurú de la transformación de los servicios financieros, quien afirma que "ignorar el cambio tecnológico en un sistema financiero basado en la tecnología es como un ratón muriéndose de hambre porque alguien movió de sitio su queso", animando a todos a reflexionar y no seguir el ejemplo del ratón.

Contacto: elena.gonzalezblanco@aon.es