

Oportunidad en el negocio B2B2C

Insurance Days 2021

SEPTIEMBRE, 2021

Quiénes estamos hoy aquí



Miguel Ortíz de Zeballos

Gerente de División de
Negocios Empresariales,
Pacífico Seguros



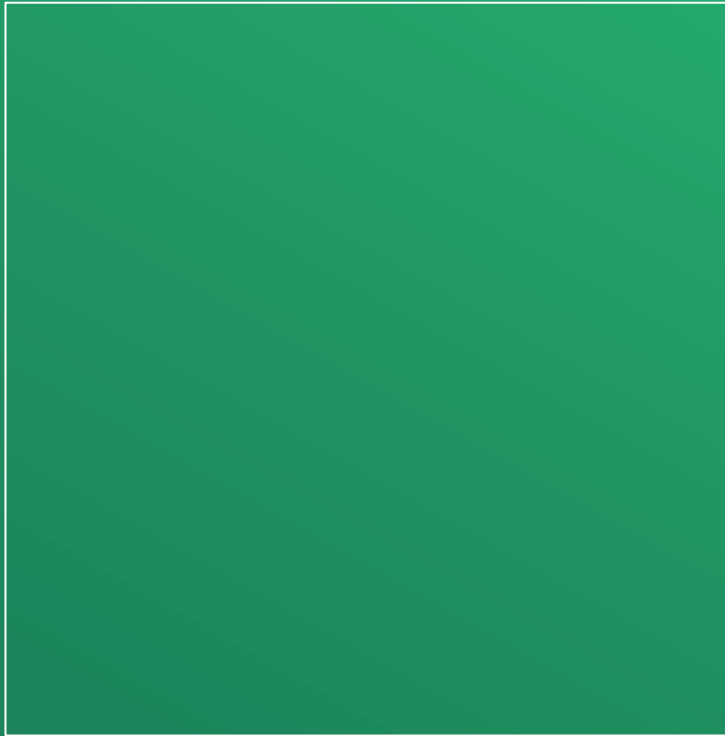
Santiago Mazón

Managing Director & Partner, líder
de la práctica de Seguros y
responsable global de Bancaseguros
de BCG.



Joaquín Valle del Olmo

Managing Director & Partner y
líder de las prácticas de Instituciones
Financieras y Seguros de BCG.



Seguros es una oportunidad interesante para compañías de otros sectores

Priorización de líneas de negocio y sectores

Factores clave de éxito

Tres mensajes sobre la oportunidad en el negocio de seguros de B2B2C



Seguros es un negocio con economics atractivos



Diferentes motivos impulsarán el desarrollo del negocio B2B2C

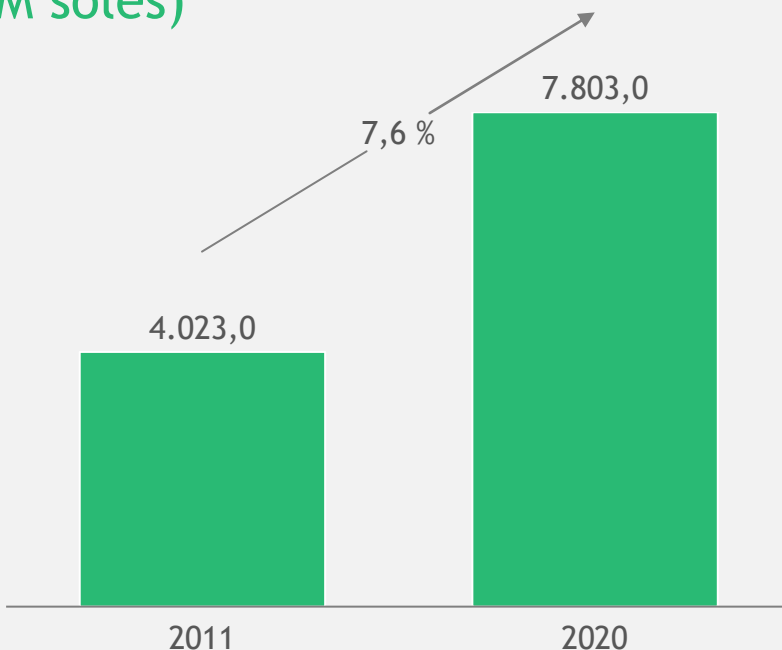


Ya hay muchos ejemplos de este tipo de partnerships



Seguros es un mercado atractivo por su crecimiento y rentabilidad

Crecimiento Seguros no vida en Perú
(M soles)



ROE medio sector asegurador peruano
(%)





Visión BCG: en el futuro los seguros se venderán cada vez más de forma integrada con el activo que protegen

El modelo de negocio de seguros ha permanecido estable durante décadas



Hoy el cliente no busca producto sino soluciones que resuelvan sus necesidades



En el futuro el seguro formará parte de una solución integrada dentro de un ecosistema





Las compañías están buscando reforzar el negocio core y buscar nuevas fuentes de ingresos

Razones por las que una compañía no aseguradora apuesta por integrar el seguro en su propuesta de valor



El seguro enriquece su propuesta de valor

Seguro como herramienta que mejora la propuesta de valor tanto para el cliente como para el proveedor



Poseen ventajas competitivas

Estas compañías tienen ventajas respecto a las compañías aseguradoras: poder de prescripción, conocimiento del cliente / datos, acceso al cliente, gasto relativo bajo vs producto principal, etc.



Negocio core está bajo amenaza

Sectores en disrupción, donde seguros puede suponer una fuente adicional de generación de ingresos, que ayude a contrarrestar parte de la caída de ingresos en el negocio core



Digital permite integrar los seguros

Los clientes buscan soluciones, y digital permite ofrecerlas de forma integrada de una forma mucho más sencilla y con menor coste

Con el objetivo de convertirse en el proveedor *one-stop-shop* de soluciones integrales para sus clientes



Las compañías están buscando diferentes tipos de socio para desarrollar la oportunidad de seguros

1

Generación negocio a corto plazo sobre base de clientes



- Aseguradora tradicional
- Aseguradora digital

2

Apuesta disruptiva en base de clientes y oportunista en mercado abierto



- Reasegurador
- Actor disruptivo

3

Apuesta decidida por seguros a largo plazo
(*base de clientes + mercado abierto*)



- Aseguradora internacional
- Reasegurador
- Actor disruptivo



Compañías de diferentes sectores ya han anunciado su apuesta por el negocio de seguros

Ejemplos del mercado español

Telco



Utilities



Retailers



Marketplaces digitales



Dispositivos seguridad hogar





Ejemplo ilustrativo, gran compañía entrando en sector seguros: Qantas Airline ha entrado de forma exitosa en el negocio de seguros



Propuesta de Valor:

Propuesta de valor de un seguro general de salud que ofrece mejores condiciones a los clientes con hábitos saludables, monitorizando su actividad, incentivando y recomendando cambios y ofreciendo rewards relacionados



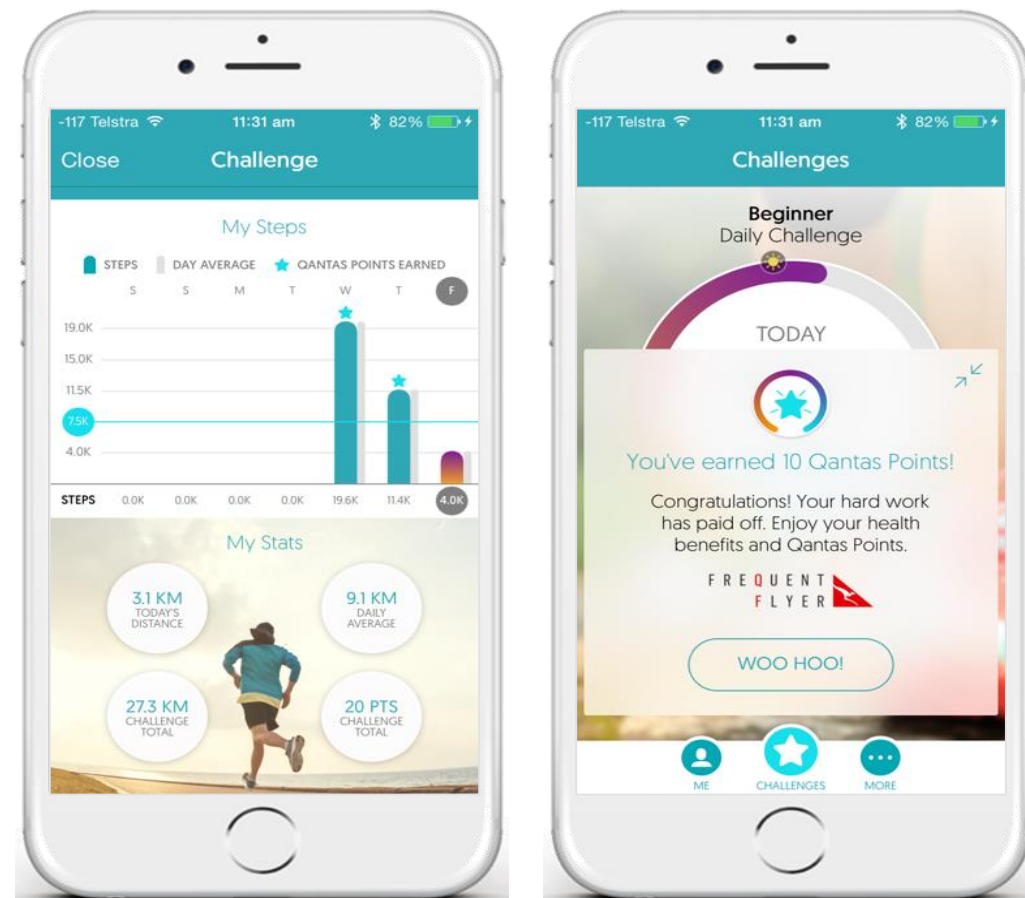
Productos principales y features

- Plataforma nativa (android y IOS) que incentiva cambios en modelo de vida, recompensando positivamente cambios y mejoras en hábitos
- Website completa que elimina confusión y provee toda la información disponible ayudando a seleccionar el producto adecuado a cada cliente
- Primera solución de este tipo. Integrable con el apple watch activity rings
- Partnership comercial con Apple, ofreciendo relojes a sus miembros
- Ecosistema de salud mediante partnership que genera retos a los usuarios y recompensas relacionadas



Hitos:

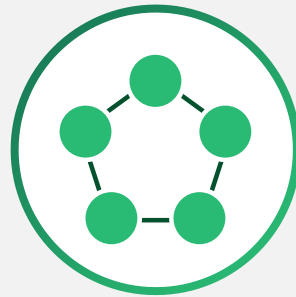
- 2016: seguro de salud
- 2017: seguro de vida
- 2019: seguro de auto



Tres temas a comentar sobre la oferta de producto y sectores a priorizar



Líneas de
negocio

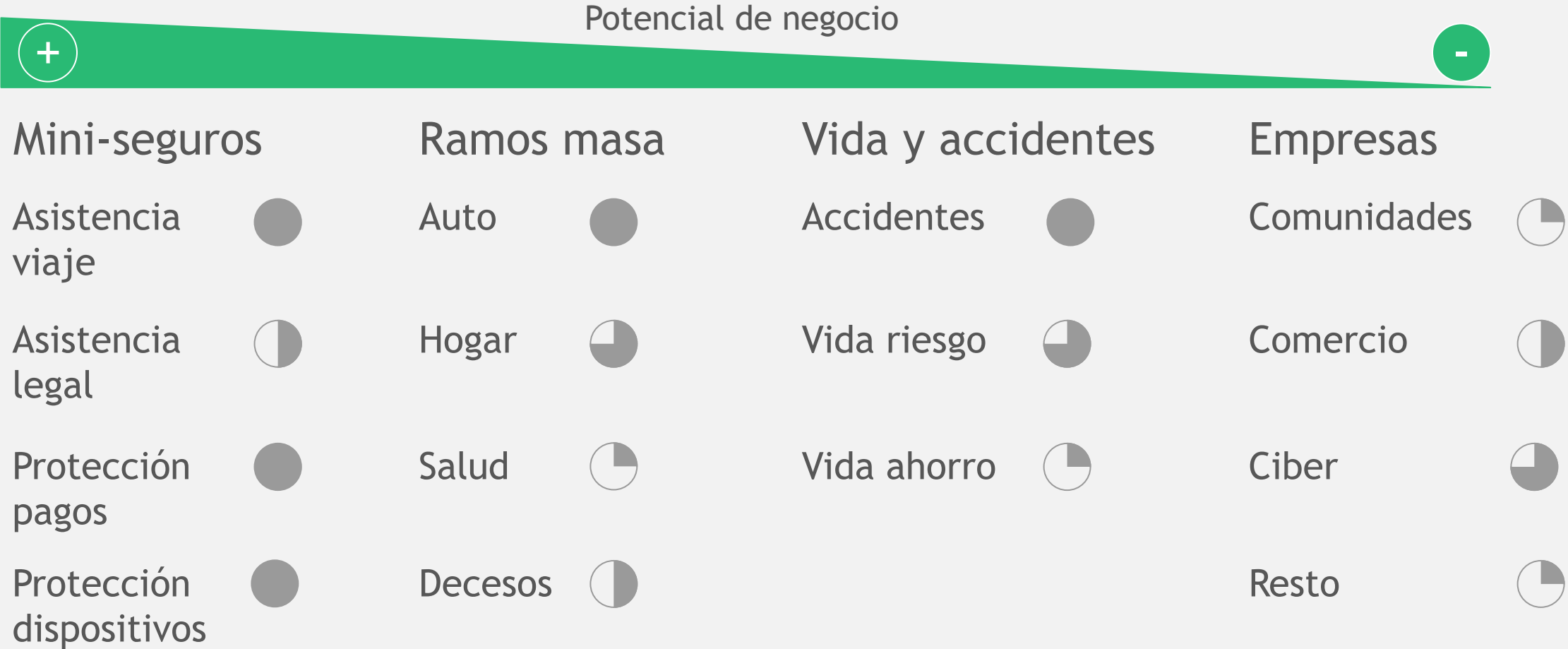


Sectores más
atractivos



Ambición en
oferta de líneas
de negocio

Potencial existente difiere por tipo de línea de negocio



Potencial B2B2C



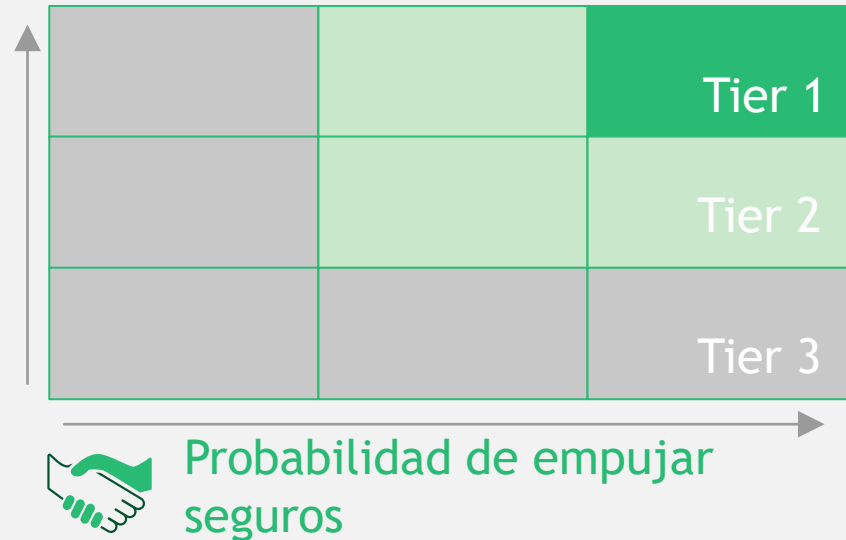


Diferentes dimensiones para priorizar sectores donde empujar el negocio de seguros



Dimensión de la oportunidad

- Tamaño de la base de clientes
- Poder de prescripción
- Potencial como orquestador del ecosistema



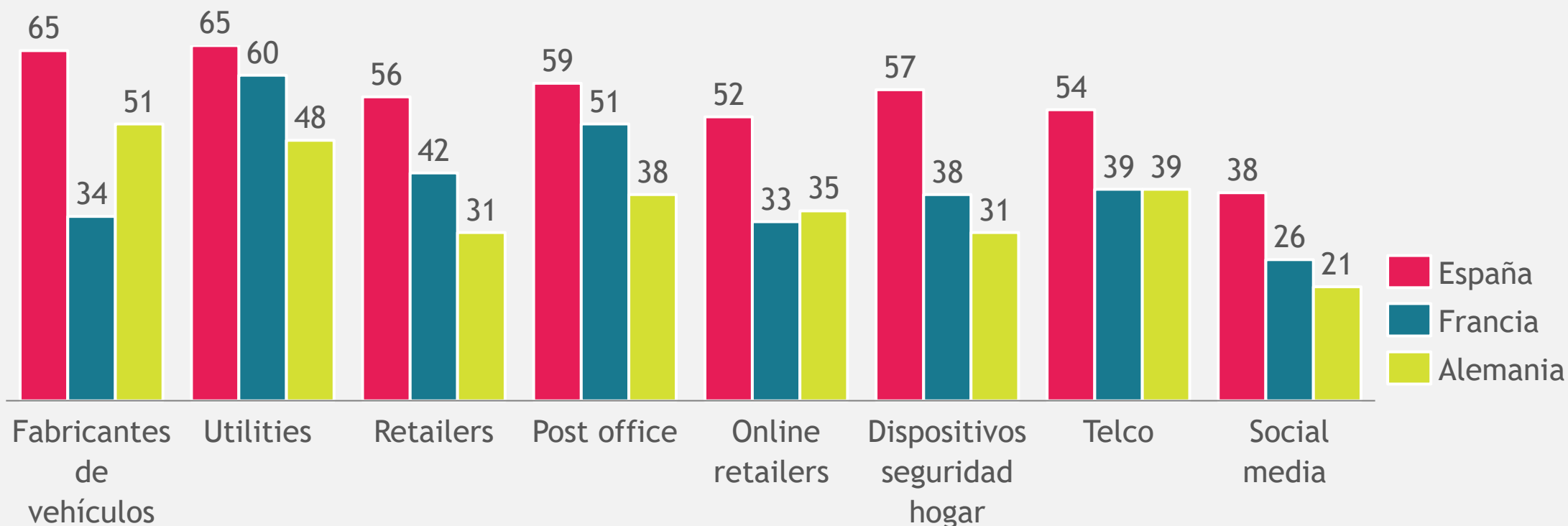
- Experiencia previa en seguros
- Encaje del socio con capacidades SL
- Predisposición a nuevo acuerdo



El consumidor está abierto a la contratación de seguros a través de compañías no aseguradoras

Disposición a contratar seguros de compañías no aseguradoras

¿De qué compañías estarías dispuesto a contratar seguros?
% de respuestas "sí, estaría dispuesto" y "No estoy seguro")





Determinadas verticales con mayor encaje en B2B2C



El seguro puede mejorar el negocio



Poseen ventajas únicas en el negocio de seguros



Su negocio core está bajo amenaza

De gran alcance y mercados consolidados



Banca



Utilities



OEMs²



Telco



Retailers



Player de travel¹

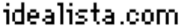
De alto potencial a futuro



Tecnológicas -
Smart home



Existen marketplaces digitales en todos los sectores con alto potencial para convertirse en socios sólidos para oportunidades en ramos específicos

							
Retail	Movilidad	Turismo y viajes	Inmobiliario	Venta de autos	Entrega de comida	Segunda mano (C2C)	Servicios
  	  	  	  	  	  	  	  
One-stop-shop de todo tipo de productos de consumo. Venta de marcas propias y de terceros	Plataformas para casar oferta y demanda de servicios de movilidad	Comparadores de precios y ofertas de servicios de turismo y viajes	Venta y alquiler de propiedades. Algunos servicios adicionales como hipotecas	Plataformas para comprar y vender autos nuevos y usados, principalmente C2C	Plataformas para casar oferta y demanda de entrega de comida a domicilio de diferentes proveedores	Venta de artículos de segunda mano. Principalmente C2C, ofrecen servicios de envío y gestión de pagos	Plataformas para ofrecer y adquirir servicios como limpieza, reparaciones, profesores, etc.

El long-tail de market places es muy grande y diverso: existen decenas de market places especializados en diferentes sectores tanto de productos como servicios



Cada sector tienen llegada diferente según el ramo

Ramos de seguro objetivo SL		 Banca	 Telcos	 Utilities	 Retailers	 Tech - Smart home	 OEMs	 Players travel	 Marketplaces
 Auto		✓	✓				✓		✓
 Hogar		✓	✓	✓	✓	✓			✓
 Salud									✓
 Decesos		✓			✓				✓
 Accidentes		✓	✓						
 Vida riesgo		✓			✓				✓
 Ahorro		✓			✓				✓
 Comunidades		✓	✓	✓					
 Comercios		✓	✓	✓	✓				
 Cyber		✓	✓						
 Resto empresas		✓							
 A. Viaje		✓	✓		✓			✓	✓
 A. Legal		✓	✓	✓	✓				
 Protección pagos		✓	✓	✓	✓				
 Protección dispositivos		✓	✓		✓	✓			✓



Las compañías deberían pensar si extender la oferta de seguros más allá del "seguro asociado"

Ejemplo ilustrativo

Cercanía
al core

+

Producto asociado
al bien / servicio

- Seguro dispositivos



Terreno natural para una
utility

-

Productos
adyacentes

- Seguro de hogar
- Seguro de vida riesgo
- Seguro de mascotas
- Ciberseguro



Extensión de la protección
al ecosistema del hogar

Oferta completa
de seguros

- Seguro de auto
- Seguro de salud
- Seguro de decesos
- ...



Extensión a la protección
integral del cliente vía
cuenta seguros

Qantas ha desarrollado una propuesta de valor en seguros en las principales líneas de negocio de seguros

"#2 en mercado en crecimiento neto de clientes

45%+ CAGR

Más de \$100m's in primas en los 3 primeros años de lanzamiento



Factores clave de éxito para impulsar el negocio B2B2C

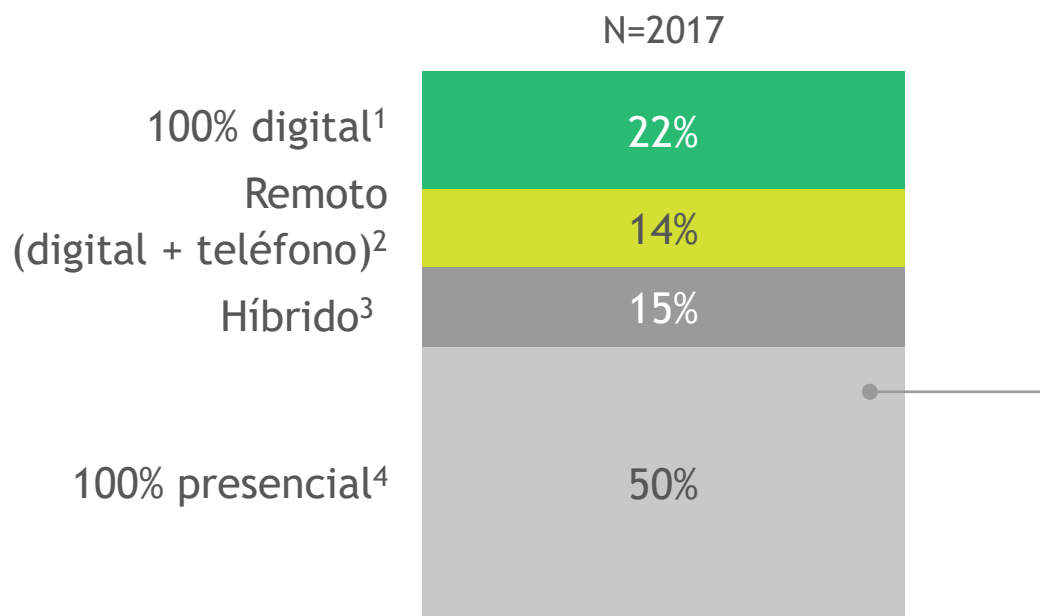


El nuevo contexto digital, facilitará el desarrollo del negocio de seguros a través de canales digitales / remotos

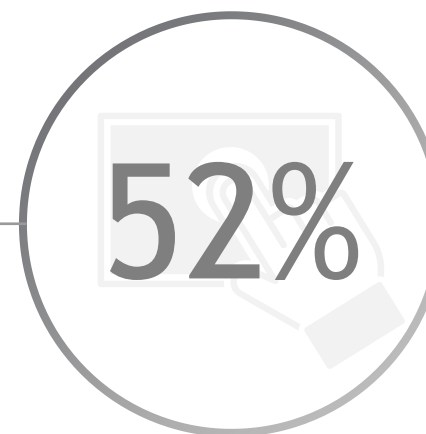
El 50% de los clientes hoy prefiere sólo canales presenciales para comprar sus seguros ...

... pero la mitad de estos ven atractivo el modelo de Agente Remoto

Si tuvieras que contratar un seguro, ¿qué canal sería tu preferido?



¿Cómo de atractivo te parece el Agente Remoto?



Nuevo canal para clientes que desean tener una relación exclusivamente remota similar a la que podría tener con un agente físico (relación 1 a 1)

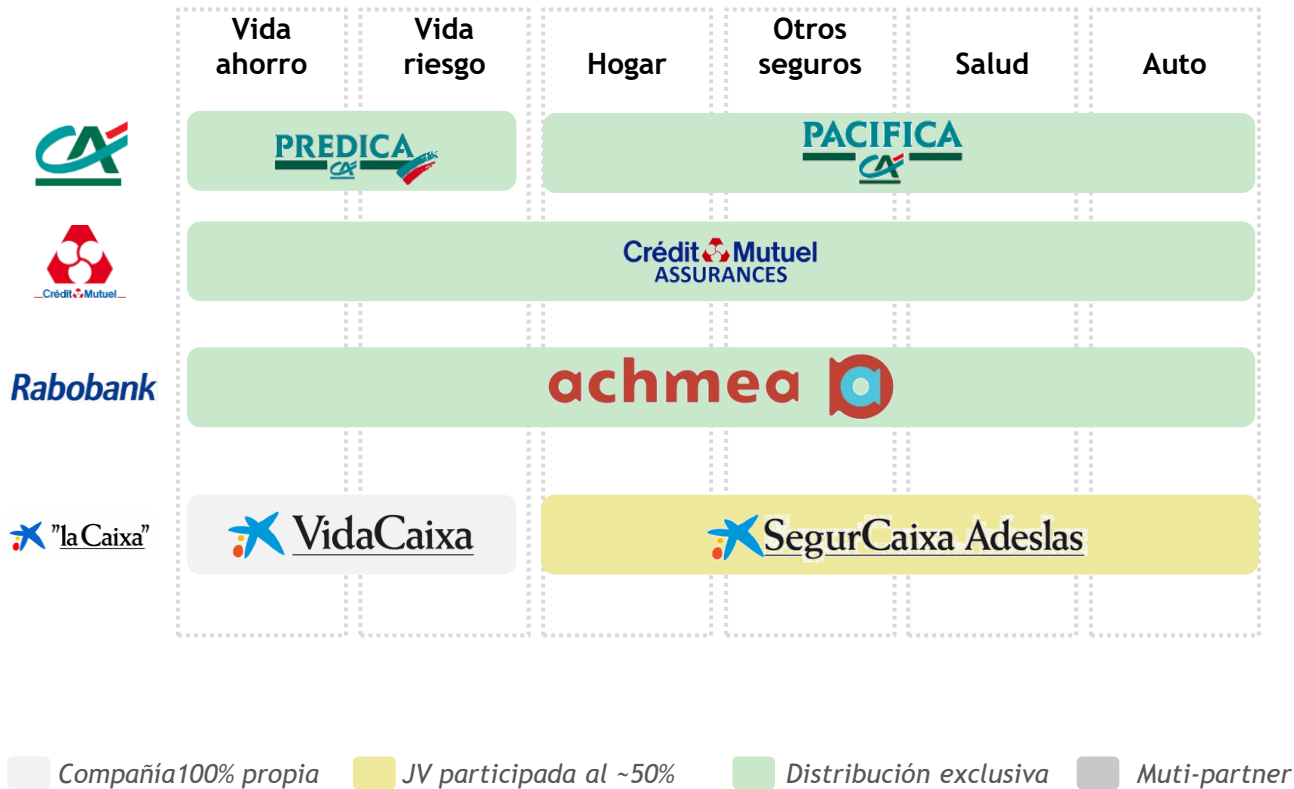
1. Prefiere únicamente canales online (App, Web, Email) 2. Prefiere canales telefónicos o una combinación de canales online y telefónicos 3. Prefiere tanto canales online, telefónicos como presenciales 4. Prefiere únicamente canales presenciales (Oficina, Agente, Mediador)
Fuente: Encuesta a clientes de Seguro en España (N=2159), análisis de BCG

Observamos en el mercado 3 modelos con diferente nivel de integración



Las mejores prácticas bancoaseguradoras han apostado por el modelo de proveedor integrado de servicios

Comparativa de modelos de seguros



La integración facilita al banco...

- Oferta de producto atractiva y con visión cliente
- Aseguramiento de una experiencia de cliente end-to-end consistente para todos los ramos
- Implementación de una experiencia omnicanal
- Construcción de modelo de datos sólido
- Integración de los procesos relacionados con los productos de seguros en los procesos de la compañía
- Desarrollo escalable del modelo tecnológico y menores costes operativos y tecnológicos

1. Rabobank mantiene una participación minoritaria en Achmea, 2. Acuerdo de co-aseguro
Fuente: Información pública de Bancos, experiencia BCG

Tres potenciales áreas de diferenciación en la propuesta de valor

Ejemplo ilustrativo Seguro hogar

Apalancamiento IoT

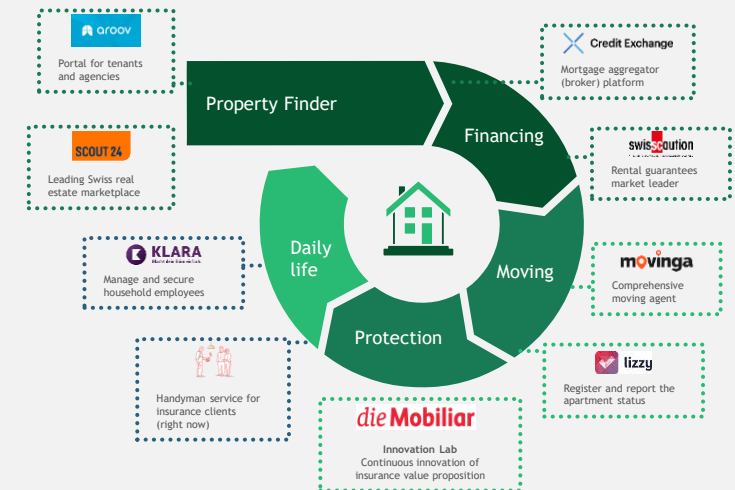


50% de descuento en dispositivos Nest y en el seguro de hogar cuando instalado

Ofrecimiento servicios de valor añadido



Desarrollo de un ecosistema



Gracias por su participación ¡Los esperamos en la edición 2022!



Disclaimer

The services and materials provided by Boston Consulting Group (BCG) are subject to BCG's Standard Terms (a copy of which is available upon request) or such other agreement as may have been previously executed by BCG. BCG does not provide legal, accounting, or tax advice. The Client is responsible for obtaining independent advice concerning these matters. This advice may affect the guidance given by BCG. Further, BCG has made no undertaking to update these materials after the date hereof, notwithstanding that such information may become outdated or inaccurate.

The materials contained in this presentation are designed for the sole use by the board of directors or senior management of the Client and solely for the limited purposes described in the presentation. The materials shall not be copied or given to any person or entity other than the Client ("Third Party") without the prior written consent of BCG. These materials serve only as the focus for discussion; they are incomplete without the accompanying oral commentary and may not be relied on as a stand-alone document. Further, Third Parties may not, and it is unreasonable for any Third Party to, rely on these materials for any purpose whatsoever. To the fullest extent permitted by law (and except to the extent otherwise agreed in a signed writing by BCG), BCG shall have no liability whatsoever to any Third Party, and any Third Party hereby waives any rights and claims it may have at any time against BCG with regard to the services, this presentation, or other materials, including the accuracy or completeness thereof. Receipt and review of this document shall be deemed agreement with and consideration for the foregoing.

BCG does not provide fairness opinions or valuations of market transactions, and these materials should not be relied on or construed as such. Further, the financial evaluations, projected market and financial information, and conclusions contained in these materials are based upon standard valuation methodologies, are not definitive forecasts, and are not guaranteed by BCG. BCG has used public and/or confidential data and assumptions provided to BCG by the Client. BCG has not independently verified the data and assumptions used in these analyses. Changes in the underlying data or operating assumptions will clearly impact the analyses and conclusions.



bcg.com