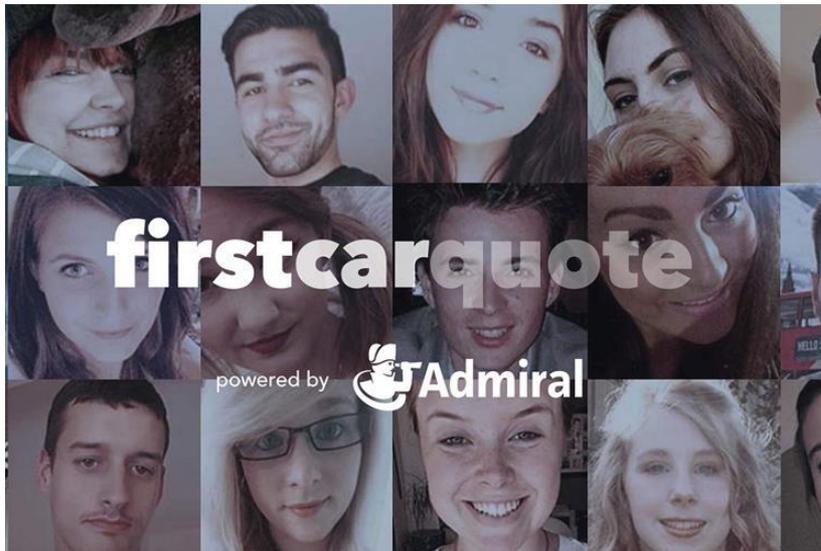


# INSURTECH

Tendencias en el sector ASEGURADOR



Un caso reciente es el de Firstcarquote, una empresa insurtech creada por Admiral, que ofrecía seguros de coches para millennials a través de la autenticación con Facebook. La identificación con esta red social ha causado revuelo, por lo que Facebook ha respondido prohibiendo este servicio a través de su plataforma, alegando que las cuentas de Facebook solo se utilizarán para fines de acceso y verificación.

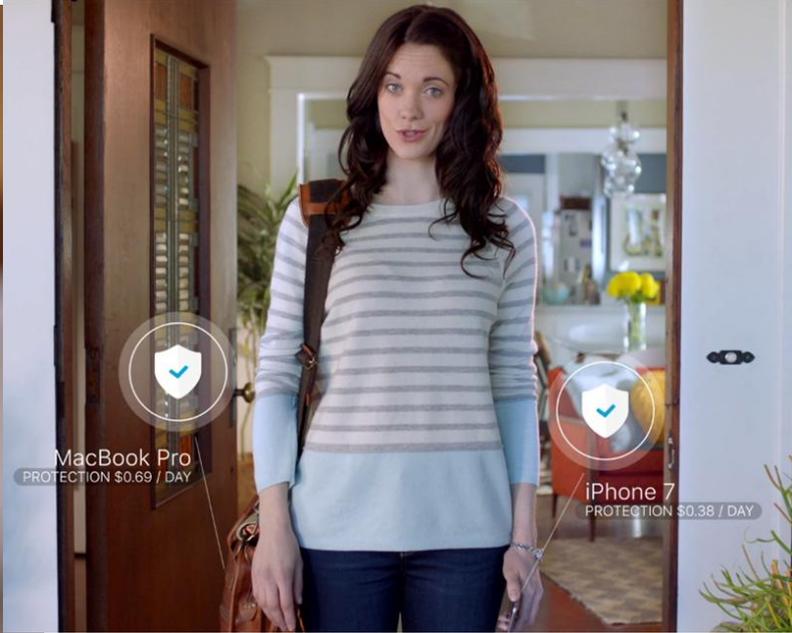
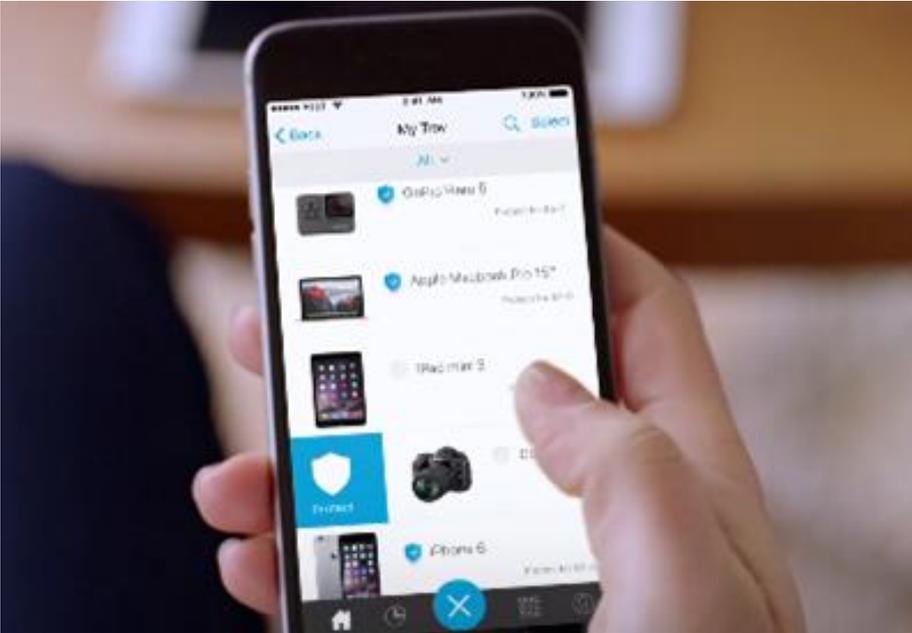


Por su parte, SWISS RE Ha invertido en digi.me – una start-up de insurtech que permite a los consumidores almacenar datos personales tomados de varios canales de medios sociales e intercambiar esos datos por ofertas personalizadas.

En lugar de comparar con personas de perfil similar y fijar un nivel de cotización para un fondo de seguro mutuo, la tecnología blockchain permitirá calcular su perfil de riesgo personal potencialmente desde su nacimiento, registrando permanentemente cosas como la composición genética o rasgos comunes de comportamiento. Ofreciendo no sólo seguros a la carta ( "me gustaría ir de kayak hoy, y puedo obtener cobertura en tres clics"), sino que serían automáticos y se iniciarían solos, haciendo clic y diciendo que protección está buscando, sólo habría que esperar un par de segundos, mientras que una serie de contratos inteligentes coincidentes enlazarían con su perfil de riesgo.



Asegura lo que quieras y cuando quieras. Las empresas insurtech, se están especializando en ofrecer seguros a medida y 'on demand'. El caso de **Trov**, por ejemplo, permite pagar sólo en el momento que sales de casa con alguno de tus potenciales pertenencias a asegurar, como ordenadores portátiles, smartphones o cámaras fotográficas, pagando un precio muy bajo al día.



ON DEMAND

La GAMIFICACIÓN es una de las claves para conseguir que los usuarios y clientes compartan su información, además por supuesto, del ahorro en las pólizas. Muchas aseguradoras están empezando a usar tecnología wearable y monitorización para hiper-personalizar sus productos, basados en el uso o recompensas que se integran con las vidas de los clientes de una manera que no suele asociarse con el seguro, como es el caso de la empresa **Fitsense**.

AND WE INTERPRET THAT DATA TO CREATE CUSTOMER PROFILES

BMI

Age

Sleep

Education

Locations

Income Level

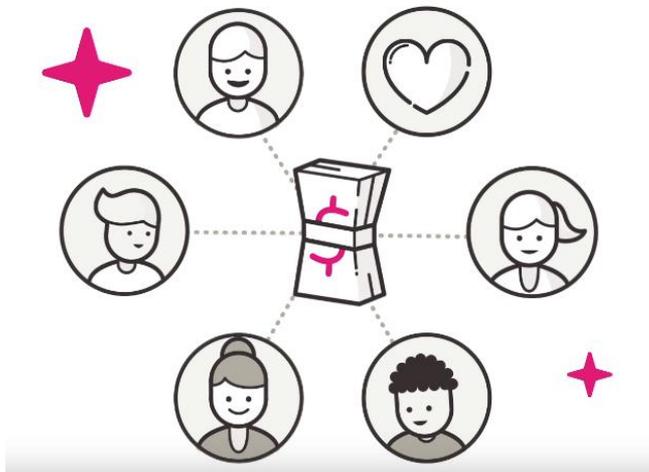
Physical Activity

Stress Level



**Sharenjoy.** La startup pondrá en el mercado en breve un microseguro colaborativo que plantea una vigencia de las pólizas en un momento y lugar determinado (un concierto, por ejemplo), de entre dos y cuatro euros y 100% online. Y si no es necesario usarlo, la recaudación se destina a una causa social. «No aseguramos bienes, aseguramos experiencias, ilusiones, emociones», explicó Álvarez en InsuranceRevolution, celebrado en Madrid.

**LEMONADE** es uno de un pequeño número de startups que es en sí mismo una compañía de seguros. Permite que grupos pequeños de asegurados paguen primas en un fondo colectivo de reclamaciones, en lugar de tener que firmar un contrato con una compañía de seguros. Luego hay BoughtByMany, que invita a grupos de individuos con las mismas necesidades específicas de seguros – como ser dueños de bulldogs franceses o ser un viajero diabético – para unirse, luego negocia una mejor política en su nombre.



Cada vez más empresas como Lemonade o Pixii ofrecen servicio de atención al cliente con base de Inteligencia Artificial.

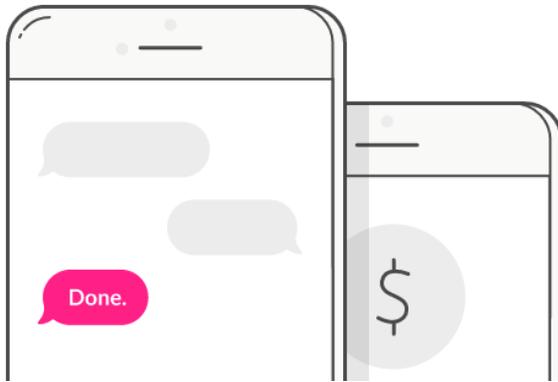
**Un área de gran interés es el de la Inteligencia cognitiva,** que puede amalgamar la IA, procesar el lenguaje humano y analizar conjuntos de datos masivos.

## Instant Everything

Maya, our charming artificial intelligence bot will craft the perfect insurance for you.  
It couldn't be easier, or faster.

▶ [See the Lemonade App in action](#)

90 Seconds  
To get insured



3 Minutes  
To get paid

