

EL IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN EL RENDIMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR ASEGURADOR.

Encuentro Sectorial de Innovación: Seguros y Banca

Madrid, 25 de noviembre de 2008



Antonio Martín Carrera
Director de Organización
ASOCIACIÓN ICEA

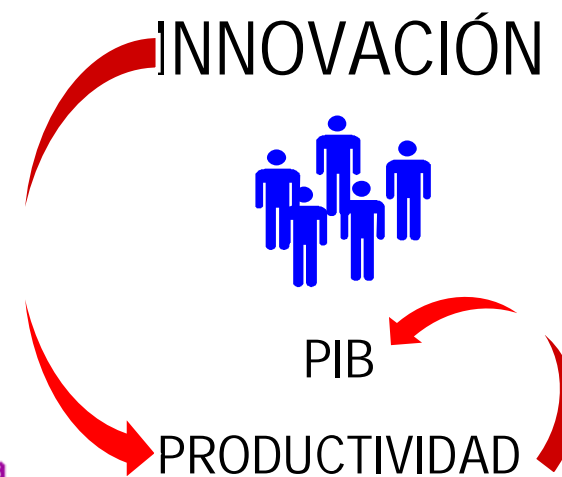
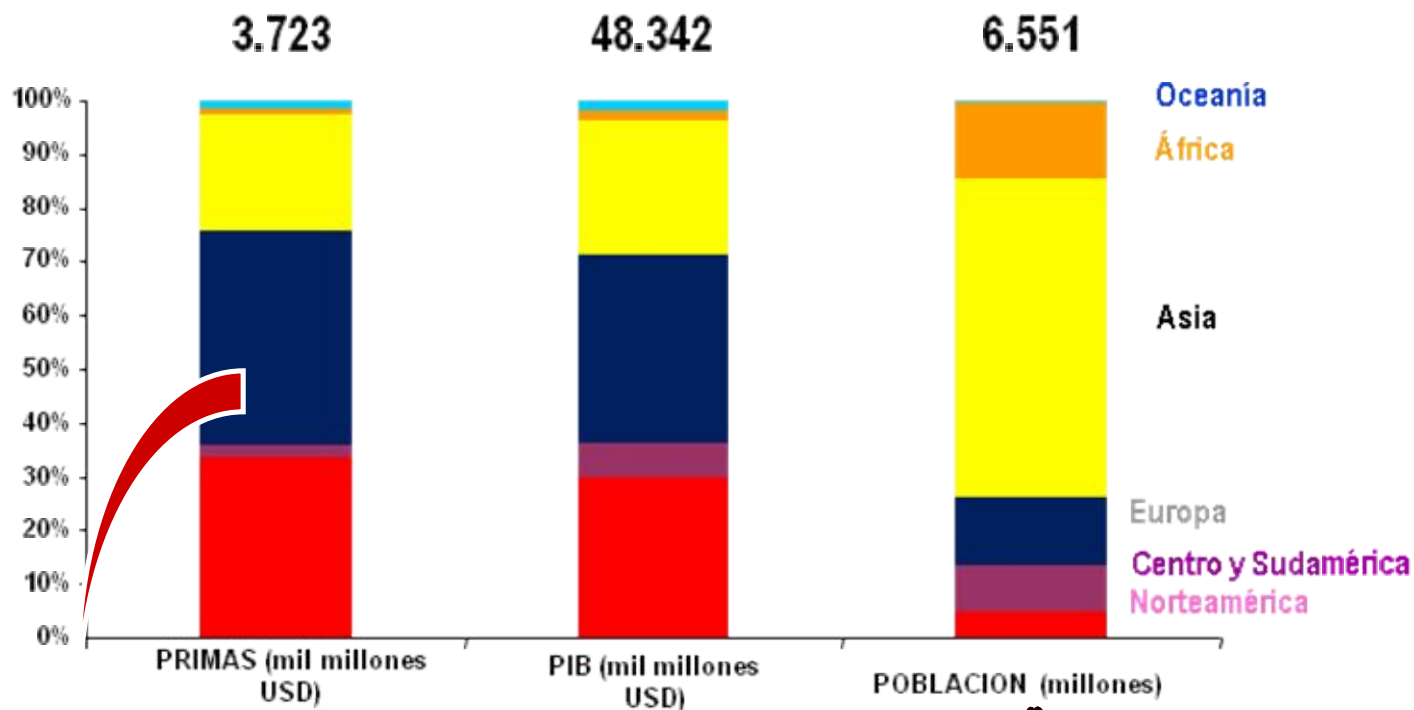
¿RENDIMIENTO Y RENTABILIDAD?

CONTINUIDAD, FUTURO Y VIABILIDAD

¿RENDIMIENTO Y RENTABILIDAD?



CONTINUIDAD, FUTURO Y VIABILIDAD

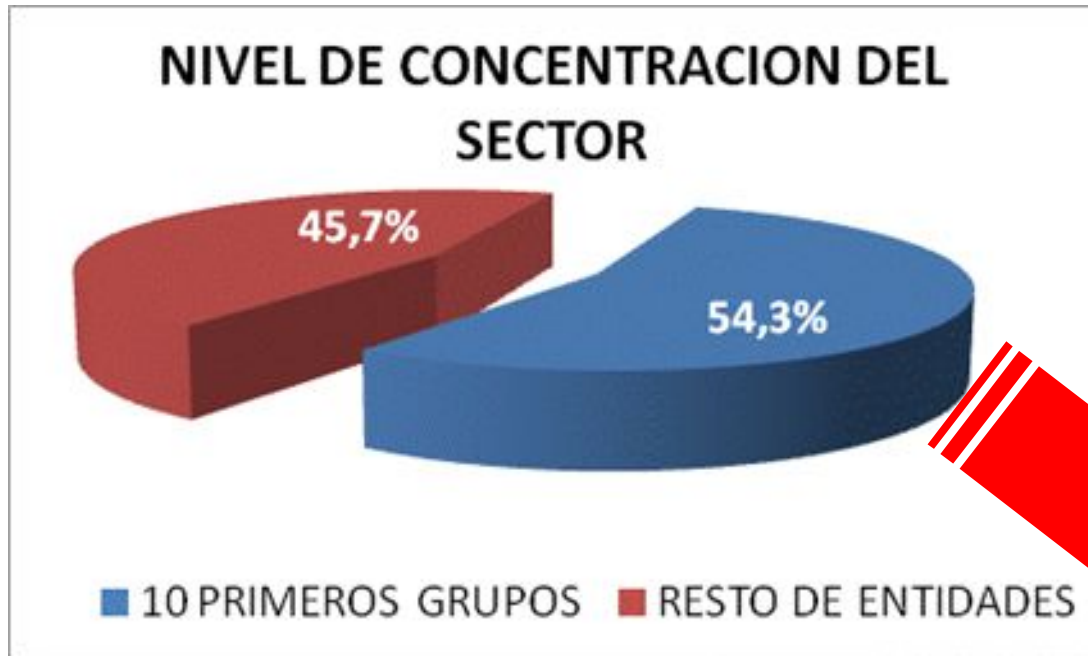


España representa el 1,1% mundial



54.648 MM de primas al cierre de 2007, lo que representaba un 5,4% del PIB

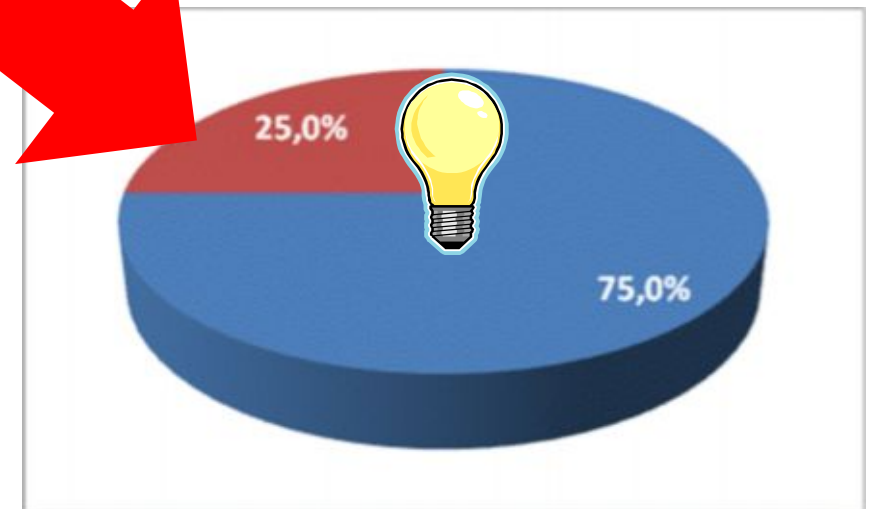
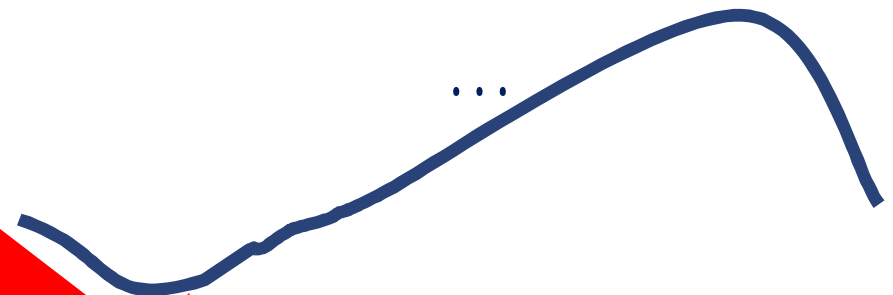
ENTIDADES OPERATIVAS: 297



Fuente: ICEA (Datos a 31-12-2007)

FUSIONES
CESIONES DE CARTERA

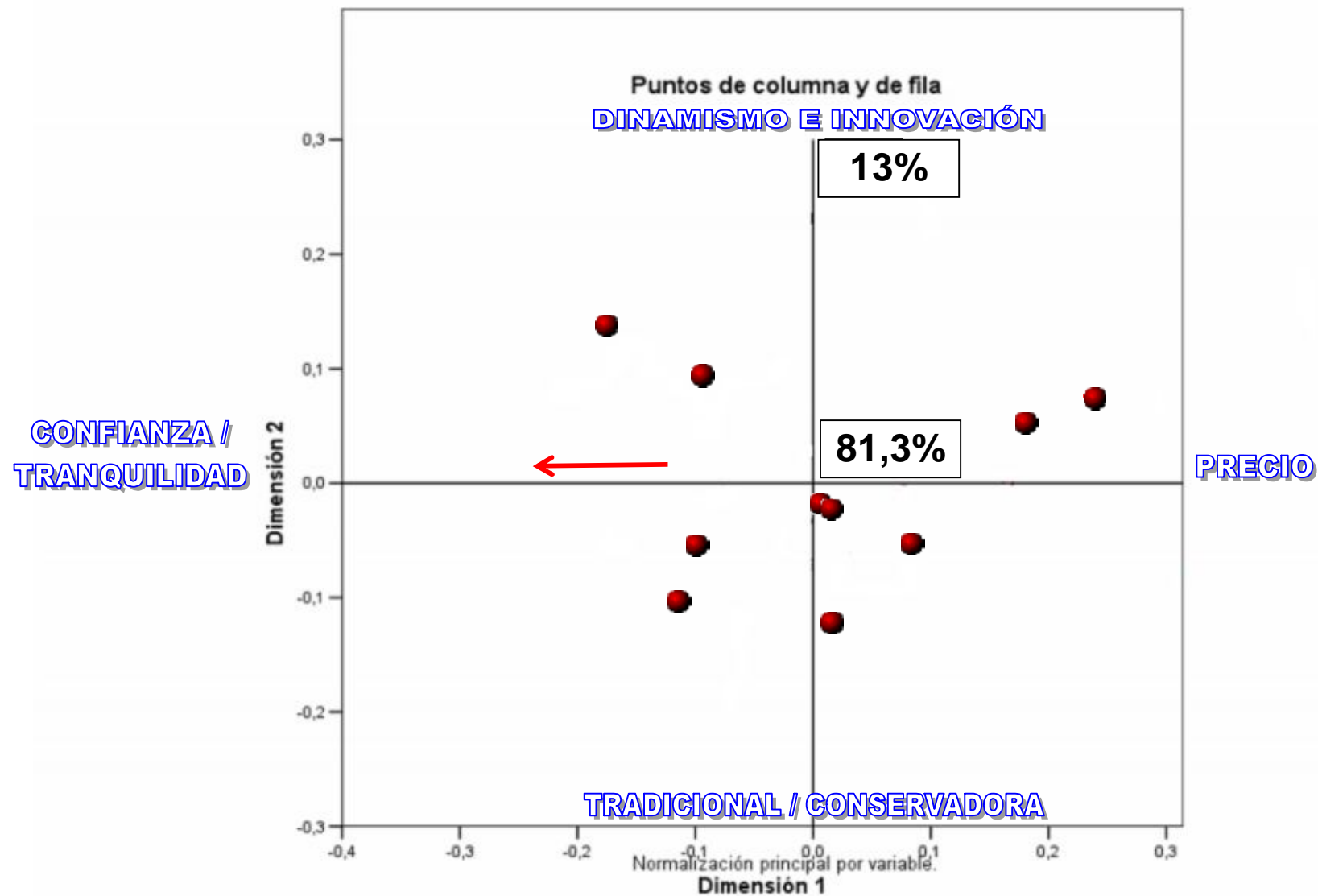
GLOBALIZACIÓN
DEMOGRAFÍA



¿ES INNOVADOR EL SECTOR ASEGURADOR?



PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR

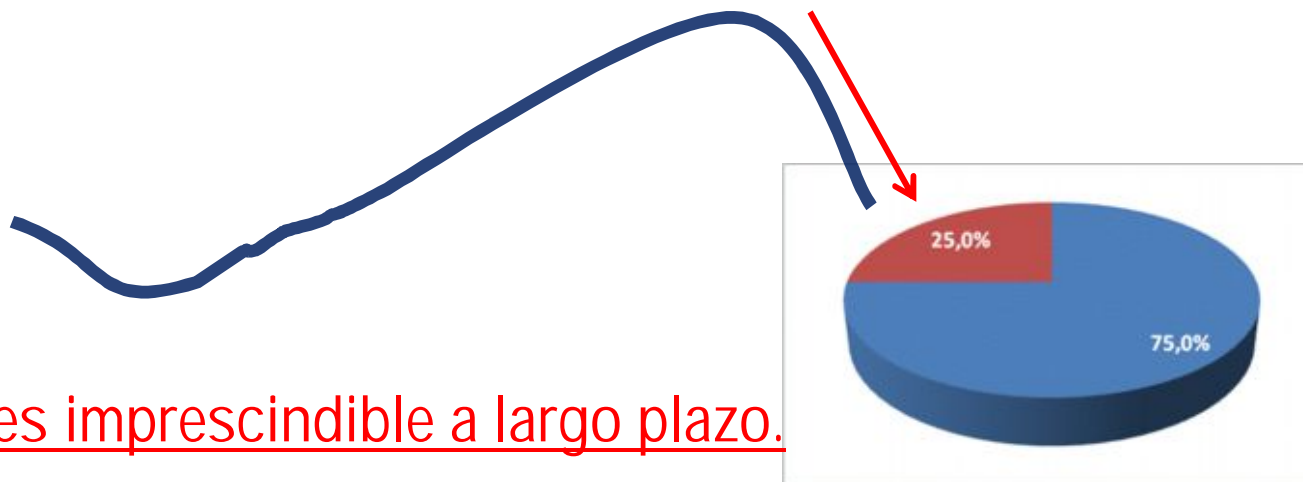


(¹) Estudio de Imagen de Marca 1ª Ola de 2007. Estudio realizado en capitales de provincia. Fuente: ICEA

EL SECTOR FINANCIERO EN SU CONJUNTO

PERCEPCIÓN DE LA INNOVACIÓN POR LOS DIRECTIVOS:

- IMPORTANCIA ELEVADA
- VALORACION CONFORMISTA



La innovación es imprescindible a largo plazo.

I Premio a la Innovación en Seguros en España

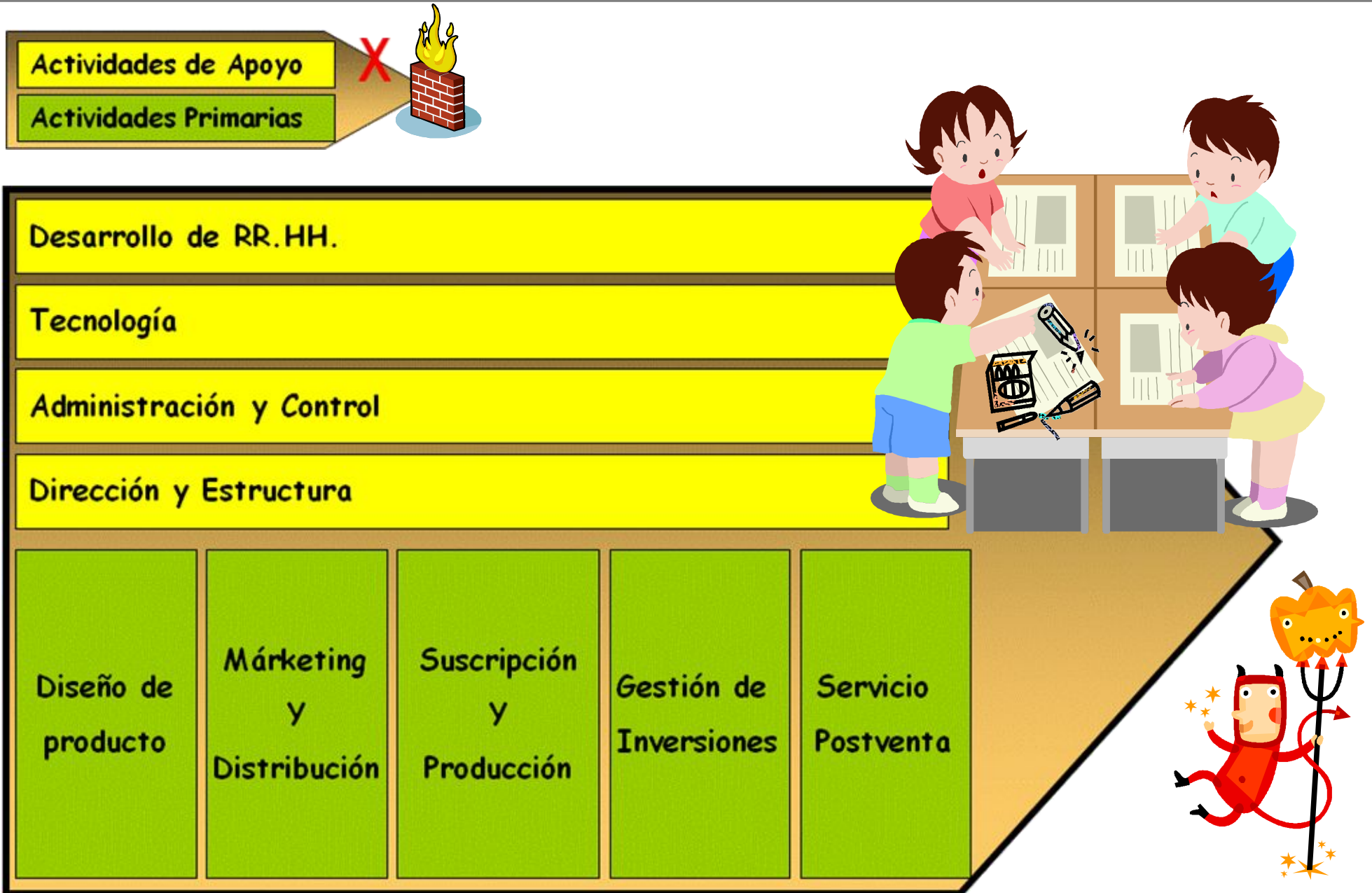


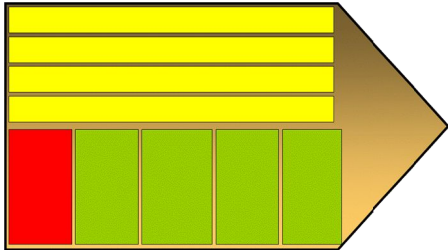
ENTIDADES PARTICIPANTES: 28

I Premio a la Innovación en Seguros en España

Producto: 12 Distribución: 16 Proceso: 2 Modelo Negocio: 0

¿RENDIMIENTO Y RENTABILIDAD?

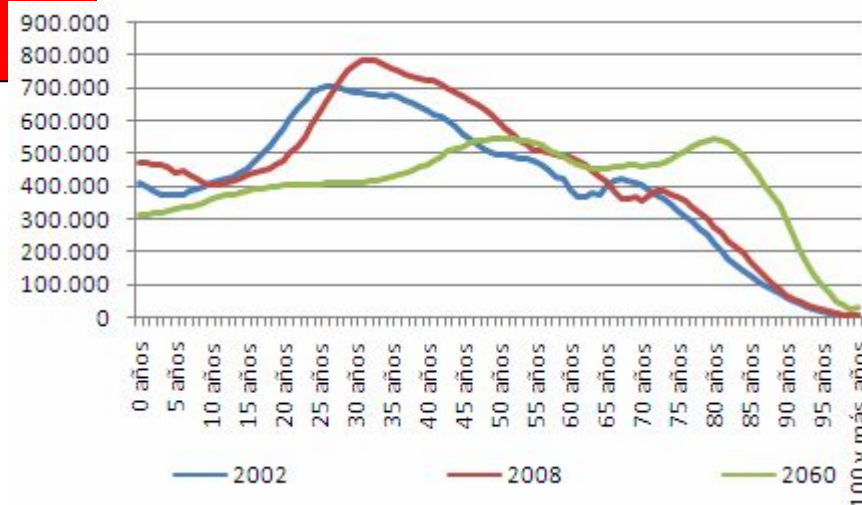




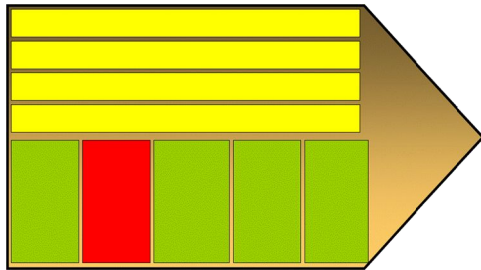
Diseño de producto

1/3

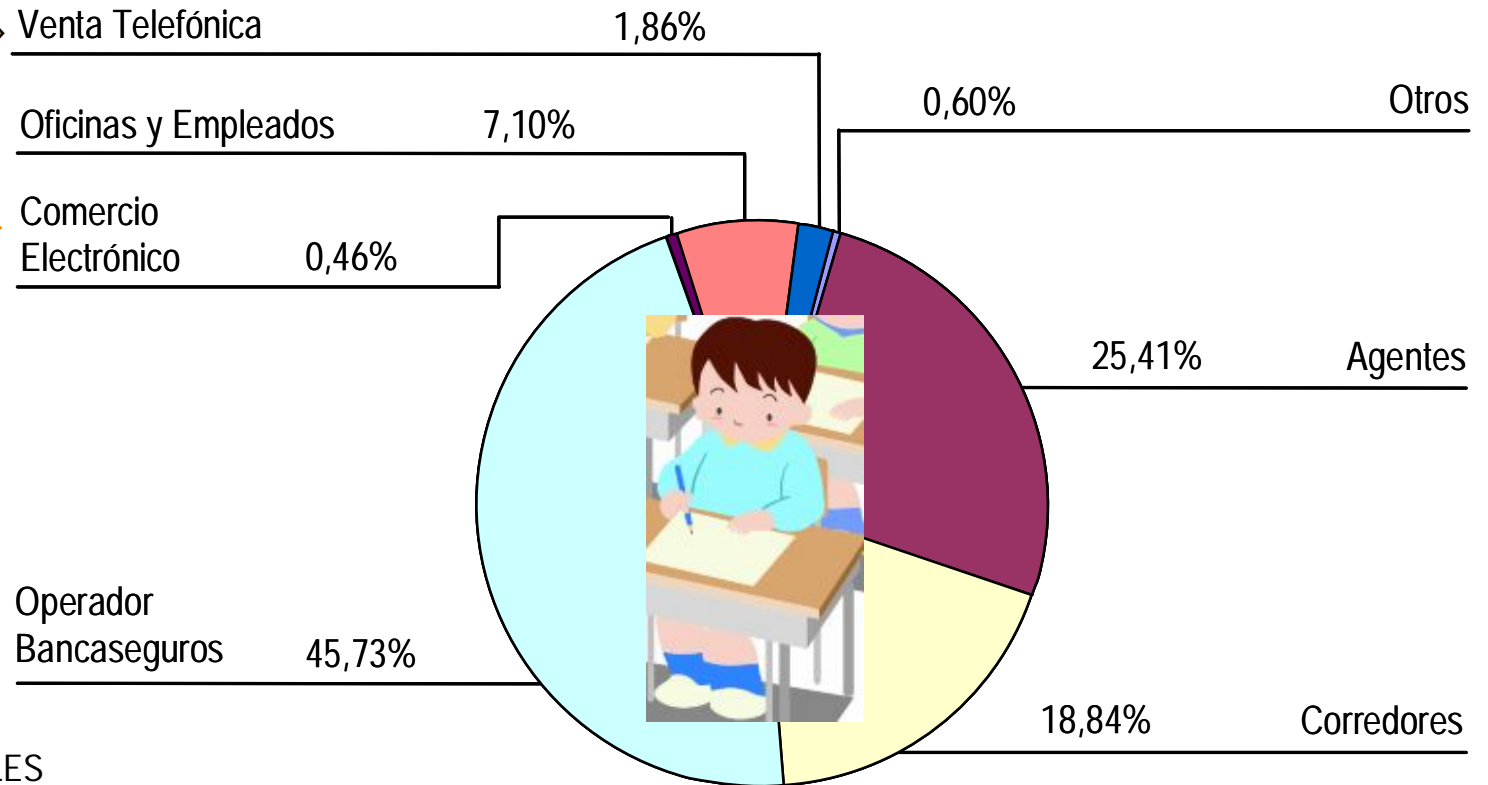
NECESIDADES CAMBIANTES DE LOS CLIENTES
 PREMIO A LA INNOVACIÓN (información sobre la percepción de los clientes)
 NUEVAS TENDENCIAS
 IMPACTO DEL CAMBIO DEMOGRÁFICO



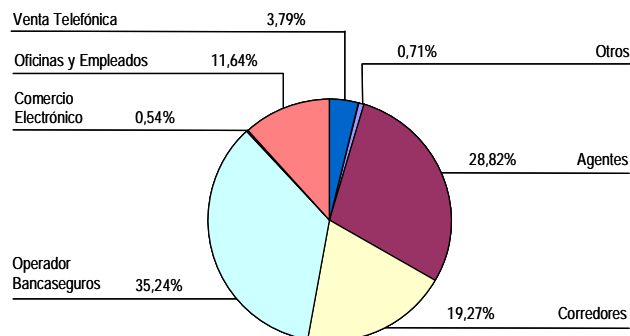
NUEVA PRODUCCION POR CANAL



Márketing
Y
Distribución
1/4



ESTRUCTURA DE CANALES

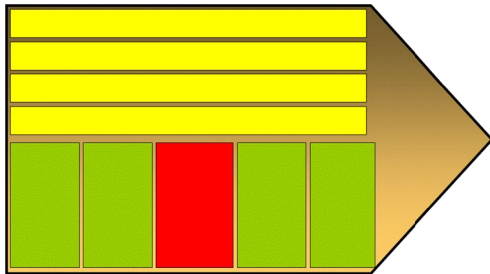


PRODUCCION VIA COMERCIO ELECTRONICO

TOTAL	NO VIDA	VIDA
1,1%	1,1%	0,0%

Premio a la Innovación: 16 candidaturas

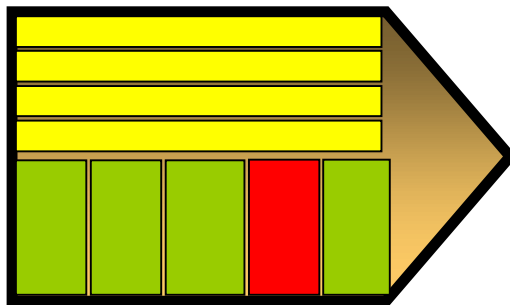




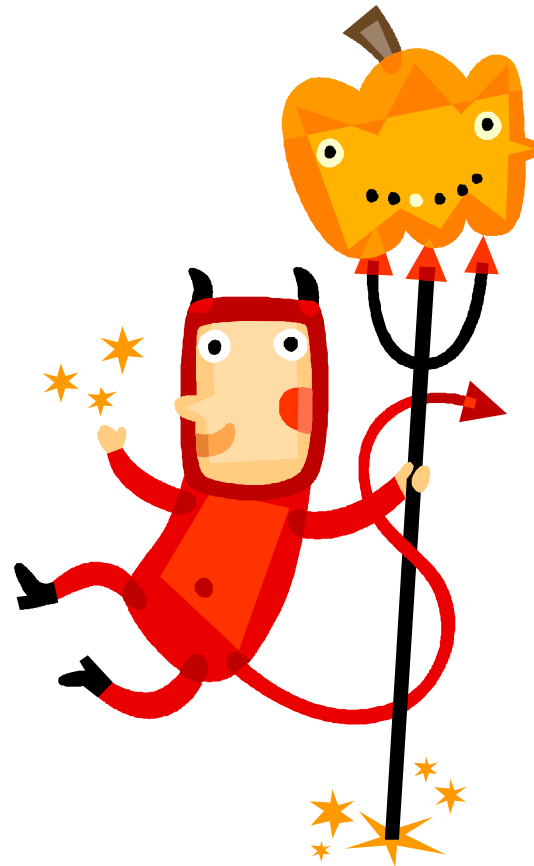
Suscripción
Y
Producción
15%

MEJORAS EN LOS PROCESOS
USO DE LA INFORMACIÓN DISPONIBLE
AUMENTO DE LA PERSONALIZACIÓN
AGREGACIÓN DE VALOR EN LAS OPERACIONES



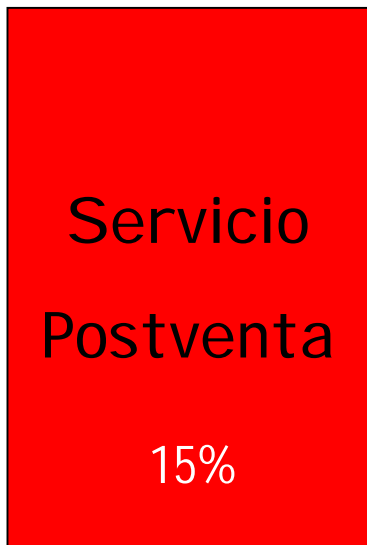
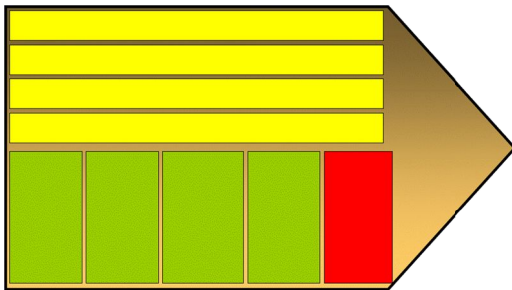


Gestión
de
Inversiones



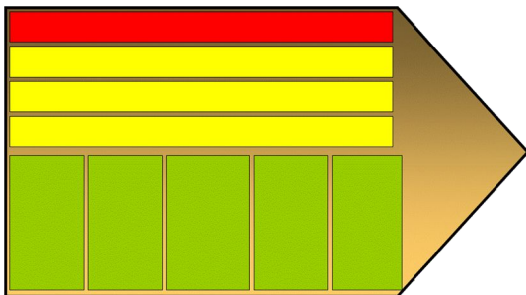
CONOCIMIENTO
REGULACIÓN
ÉTICA Y RIESGO

Premio a la Innovación: 0 candidaturas



CONVIVENCIA CON EL DISEÑO DE PRODUCTO
ACCESO A LA INFORMACIÓN
AGREGACIÓN DE VALOR
REDES EXTERNAS





Desarrollo de RR.HH. 0%



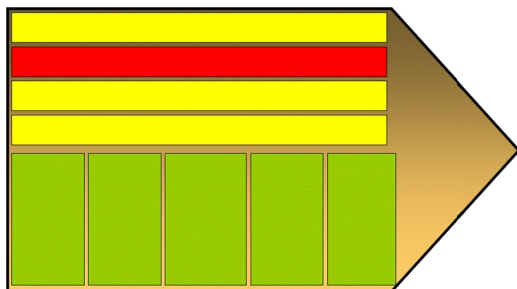
LA MAYOR FUENTE DE IDEAS EN UNA ORGANIZACIÓN

ESTRUCTURA INADECUADA

ESCASEZ DE MECANISMOS EXPLÍCITOS

CULTURA





ES EL ELEMENTO MAS CRÍTICO PARA LA INNOVACIÓN
SUPONE CASI UN 20% EN LA ESTRUCTURA DE COSTES

COMPLEJIDAD

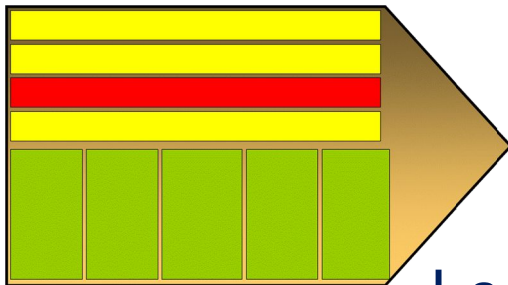
GRAN DISPERSIÓN DE APLICACIONES (INT)

FUENTE O FRENO A LA INNOVACIÓN



El riesgo de la seguridad de la información está impidiendo que se innove en los negocios.

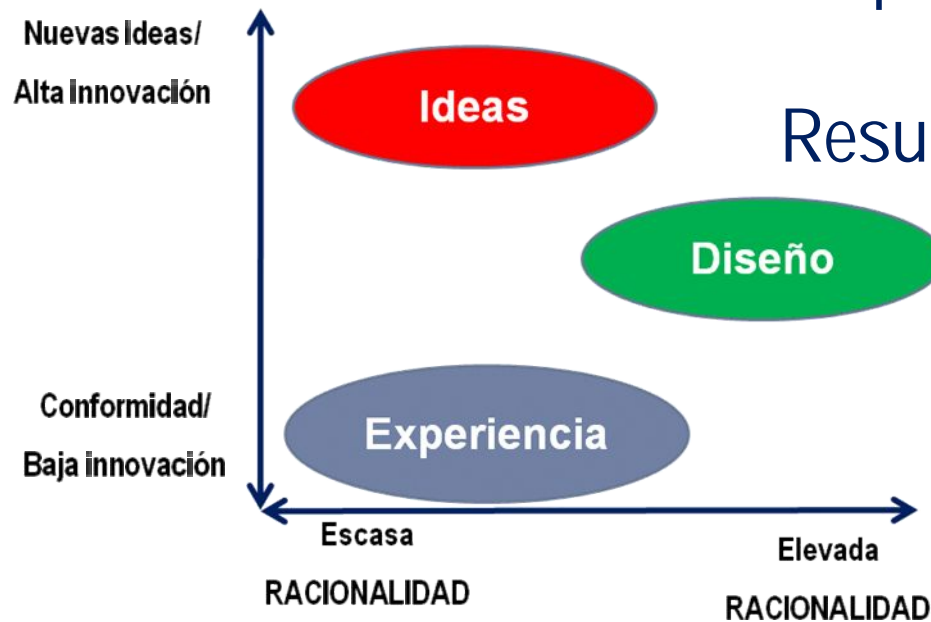
Según IDC (Estudio para RSA en 2008), el 80% organizaciones encuestadas admite haber paralizado iniciativas de innovación por cuestiones de seguridad



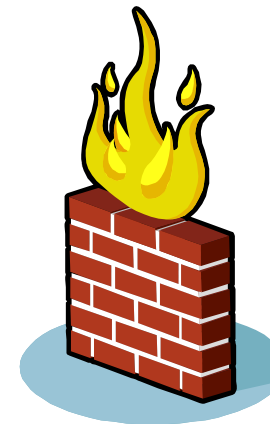
Administración y Control 3%

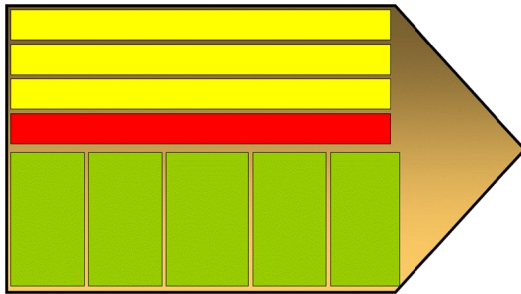
La segunda fuente de innovación se centra en

los análisis de la competencia y las tendencias del mercado



Resultados a corto plazo y la innovación





Dirección y Estructura 0%



ORGANIGRAMA Y CULTURA EMPRESARIAL

Comité de Innovación

Fondos internos específicos para la innovación

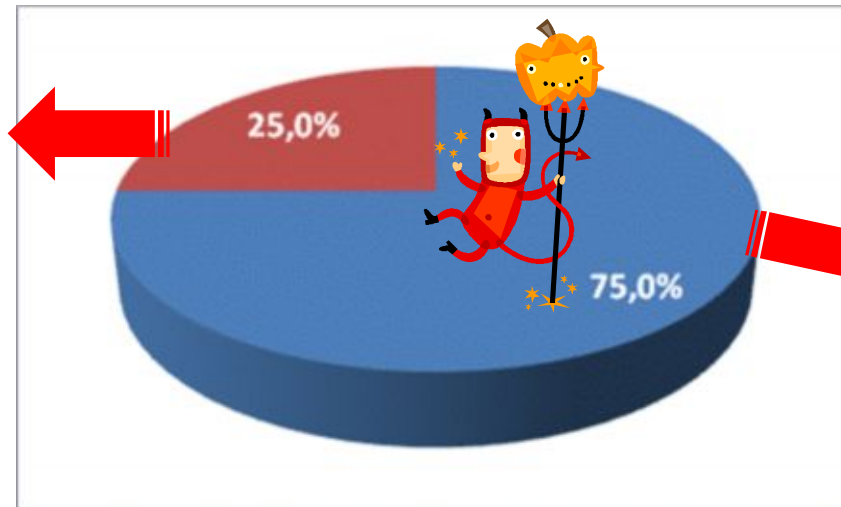
Departamento de innovación

Marco formal de colaboración con la Universidad o centros de desarrollo



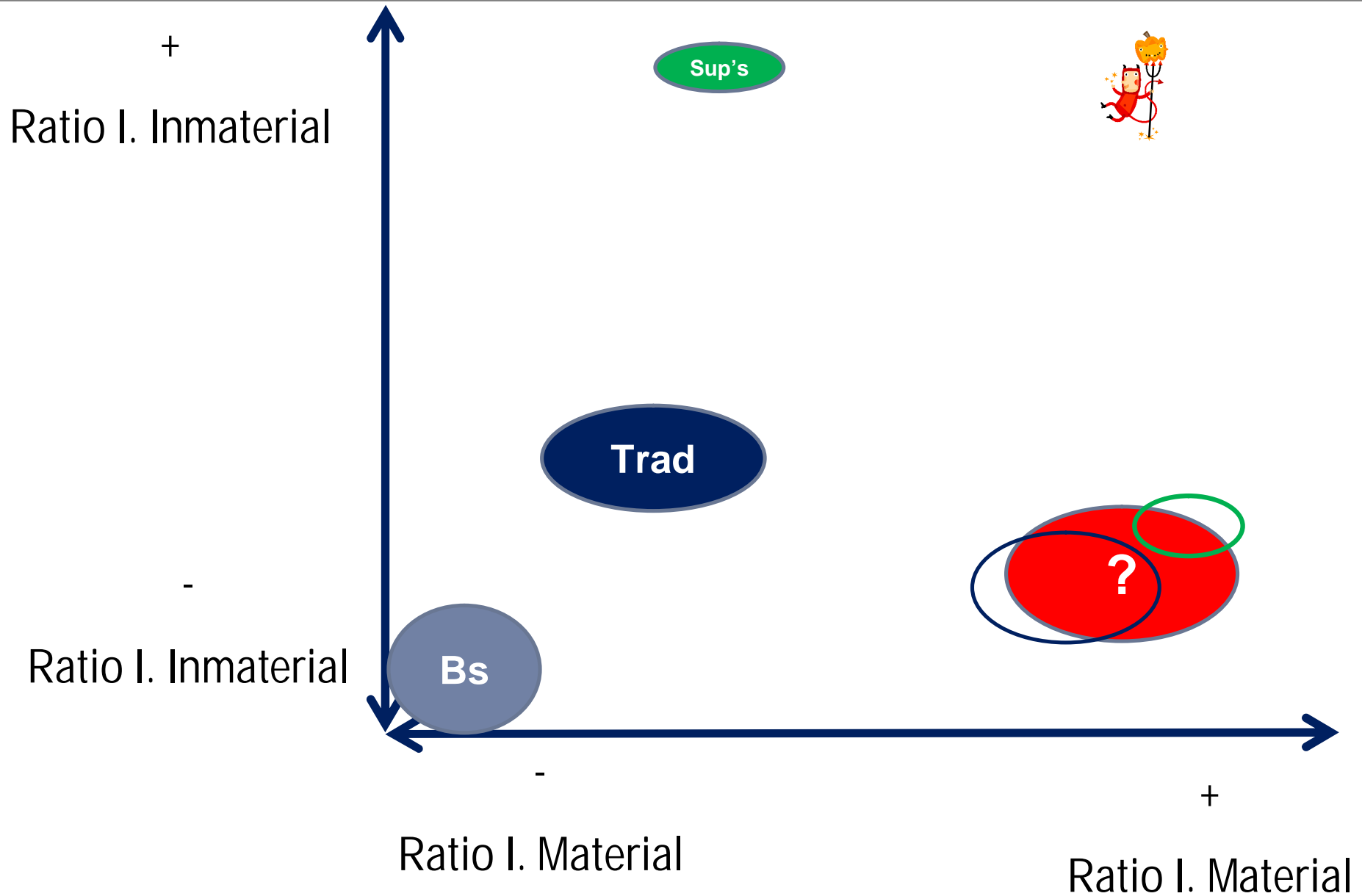
RENTABILIDAD

SEGMENTACIÓN
INNOVACIÓN

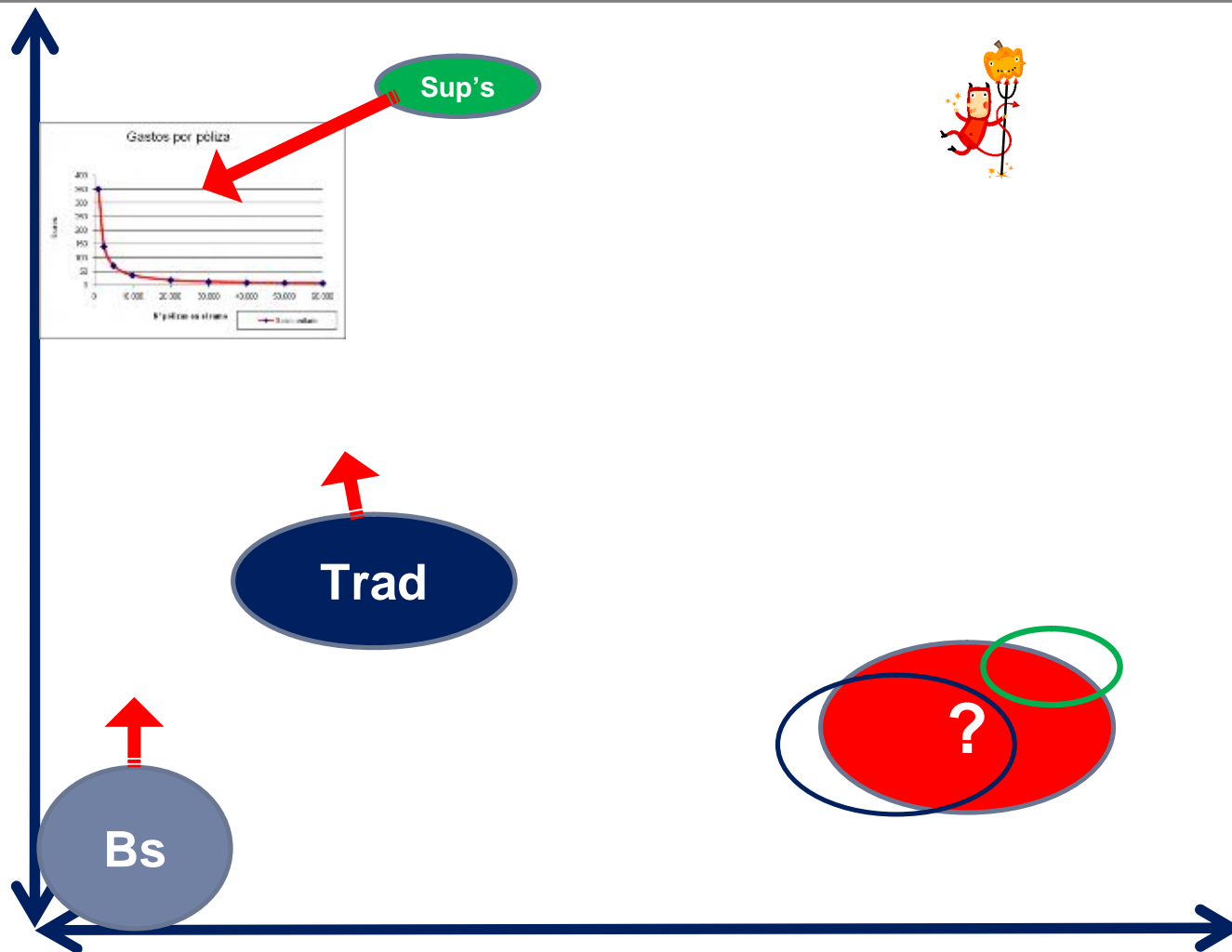


CONTINUIDAD, FUTURO Y VIABILIDAD

La labor no consiste en ver lo que nadie ha visto aún, sino en pensar lo que nadie ha pensado aún, sobre lo que todo el mundo ve.



+
Ratio I. Inmaterial



-
Ratio I. Inmaterial

-
Ratio I. Material

+
Ratio I. Material

