**Crabi, Mango Life, Intermundial, la ola de las insurtech en una sola app: Bnext**

La tecnología está desempeñando un papel muy importante en industrias y sectores que antes no pensábamos que sería posible, como la cada vez más exitosa y creciente fusión de seguros y tecnología, mejor conocida como insurtech, la cual se ha convertido en un poderoso motor de cambio en la industria de los seguros.

A pesar de que en México existe una brecha importante en materia de penetración de seguros, las aseguradoras han observado que la conciencia del riesgo está presente, sobre todo en los mexicanos de 25 a 45 años, quienes cuentan con tarjeta de débito y/o crédito y son asiduos a contratar un seguro digital, lo que representa una buena aceptación al reconocer la facilidad y simplicidad al contratarlos.

De acuerdo al [Reporte Mundial de Insurtech](https://worldinsurtechreport.com/resources/world-insurtech-report-2019/), en 2019 esta nueva forma de ver los seguros tuvo ingresos de aproximadamente 5 mil millones de dólares a nivel LATAM, convirtiéndose en uno de los sectores más prometedores e interesantes. Además, este sector equivale aproximadamente al 7% de las Fintech nacionales, según el [Radar Fintech de Finnovista](https://www.finnovista.com/en/radar/the-number-of-fintech-startups-in-mexico-grows-14-in-one-year-to-441/).

Entre este 7% se encuentran empresas como [Crabi](https://crabi.com/), [Mango Life](https://mangolife.mx/) e [Intermundial](https://www.intermundial.es/), pertenecientes al Marketplace de [Bnext](https://bnext.es/), la cual permite que los pagos se hagan a través de su plataforma y con su tarjeta, logrando la inclusión financiera con el esfuerzo conjunto de varios jugadores.

Por una parte, Crabi ofrece seguros para autos, Mango Life es el primer agente digital en el país que cuenta con servicios de seguros de vida, salud, retiro y educación, e Intermundial brinda seguros para todo tipo de viajes.

El surgimiento de estas empresas se centra en facilitar la contratación de seguros sin importar donde estés, en el momento que tú quieras, pagando lo que necesites y agilizando los procesos desde una plataforma o aplicación en tu celular, y un tema clave de estos servicios, los costos accesibles y competitivos en el mercado.

“El presupuesto ajustado del mercado es un obstáculo importante en el proceso de venta, así como la desconfianza y desinformación, que siguen siendo temas importantes a los que nos enfrentamos día con día. Sin embargo, con los beneficios que se obtienen a través de los seguros digitales, se estima que el 55% de usuarios contratará un seguro si este no significa trámites difíciles o contratos confusos, como se muestra en el [Reporte Mundial de Insurtech](https://worldinsurtechreport.com/resources/world-insurtech-report-2019/), lo cual posiciona a las insurtech como la opción más viable”, comenta Francisco Reyes, Co-founder y CEO de Mango Life.

Las compañías que se suman a lo digital generan una disrupción en la industria y en la regulación por parte de instituciones como la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) o la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), considerando que el ecosistema de las insurtech se vio acelerado y han logrado su éxito de la mano de alianzas estratégicas.

Sin embargo, la situación actual en el mundo ha expuesto a muchas empresas a enfrentarse a nuevos retos y formas de trabajar. De acuerdo con Cristina Carvallo, Co-Founder & Business Development en Crabi, “con la acelerada adaptación de servicios a plataformas digitales por la pandemia los usuarios comenzaron a proteger su auto a un costo accesible y que el proceso de contratación fuera sin salir de casa. Nosotros estábamos preparados a este cambio porque desde un inicio se pensó en utilizar tecnología para ofrecer una mejor experiencia a los usuarios.”

**¿Qué viene para las insurtech en 2021?**

Aunque la tendencia de las insurtech es positiva para el próximo año, seguirán existiendo retos y obstáculos que enfrentar, es por eso que estas aseguradoras se encuentran fortaleciendo su estrategia de distribución e invitan a sus colegas y otras compañías que se sumen a lo digital. “El ecosistema actual aunado a la pandemia, han acelerado la migración a lo digital. Las fintech en general, como Bnext con nuestro Marketplace, y las insurtech estamos creando una revolución en la forma en la que se crean y ofrecen nuevos productos, en parte como respuesta a las nuevas necesidades y demandas que plantean los consumidores, así como a la digitalización de los mercados”, destaca Cristian Huertas, Country Manager de Bnext.

Inma Maciel, Country Sales Manager en México de Intermundial, menciona que para el 2021 los seguros de viaje se centrarán en estabilizar el mercado de viajes nacionales e internacionales, con la esperanza de reanudar la actividad turística, así como entender mejor a los pasajeros, saber qué necesitan y poder ayudarlos. Existían ya países que solicitaban seguro de viaje para ingresar, como Espacio Schengen (Europa), Cuba o Rusia, y ahora, a consecuencia del COVID-19 se suman más donde incluso se requiere que el seguro cubra explícitamente la enfermedad de coronavirus, como Costa Rica, Brasil, Emiratos Árabes, Tailandia o Camboya; por lo que contratar este seguro ya no será una opción, sino un requisito para entrar a los países.

De esta forma, las insurtech están cambiando la forma en que los usuarios contratan seguros indispensables, y buscan hacer una diferencia para explorar un mar rojo de usuarios que no tienen tan arraigada la cultura de la prevención, pero que vieron cómo la tecnología abrió las puertas para miles de posibilidades desde casa.