

RETOS DEL SECTOR ASEGURADOR EN UN ENTORNO EXPONENCIAL Y DISRUPTIVO



murarte@pharos.es



[@MarcosUrarte](https://twitter.com/MarcosUrarte)

EL NEGOCIO MAS FÁCIL DEL MUNDO





**¿PORQUE LAS
ORGANIZACIONES
ESTÁN COMO ESTÁN?**

**¿VUESTRA EMPRESA PUEDE CAMBIAR LO
QUE ESTA PASANDO EN EL MUNDO?**

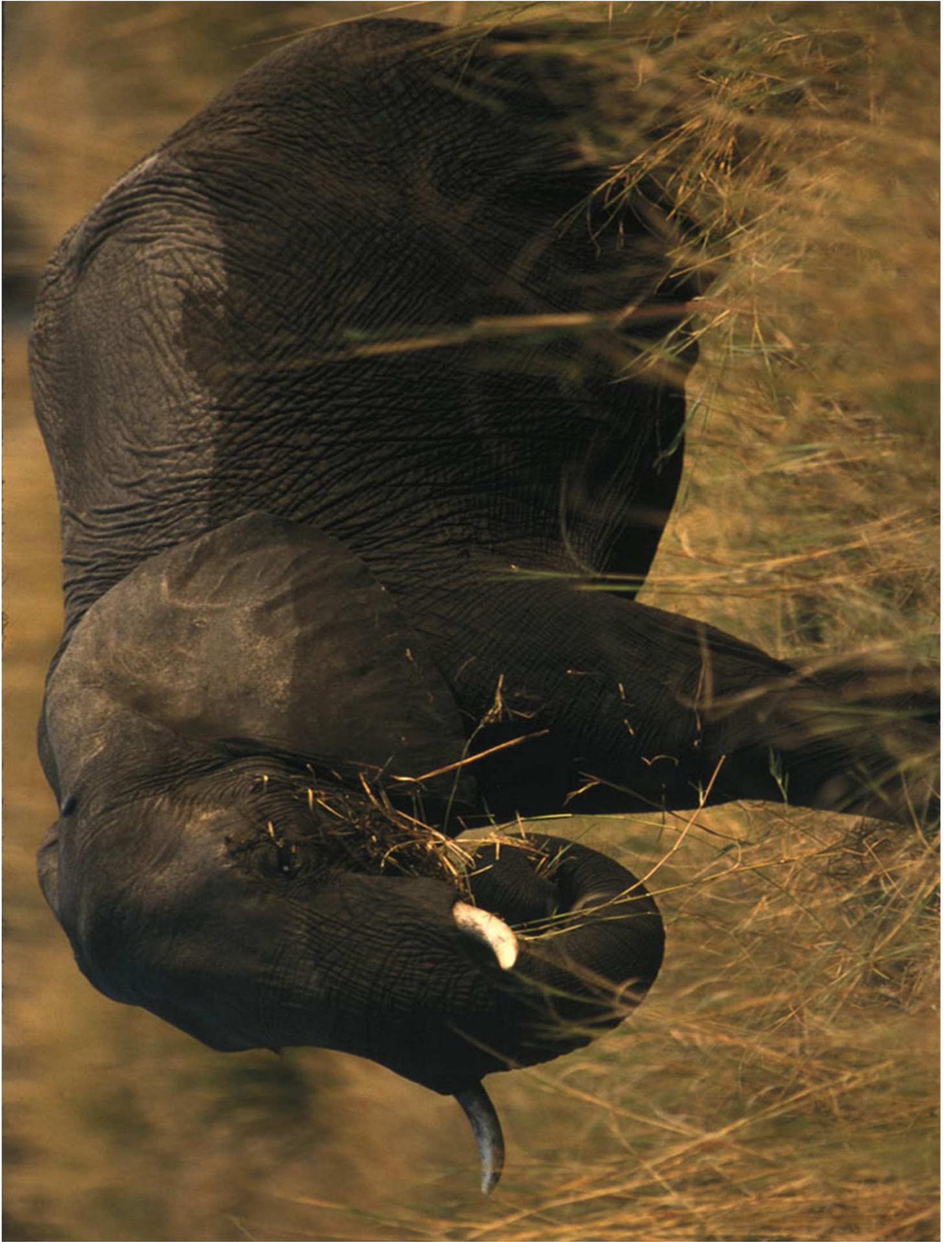


RETOS DEL SECTOR





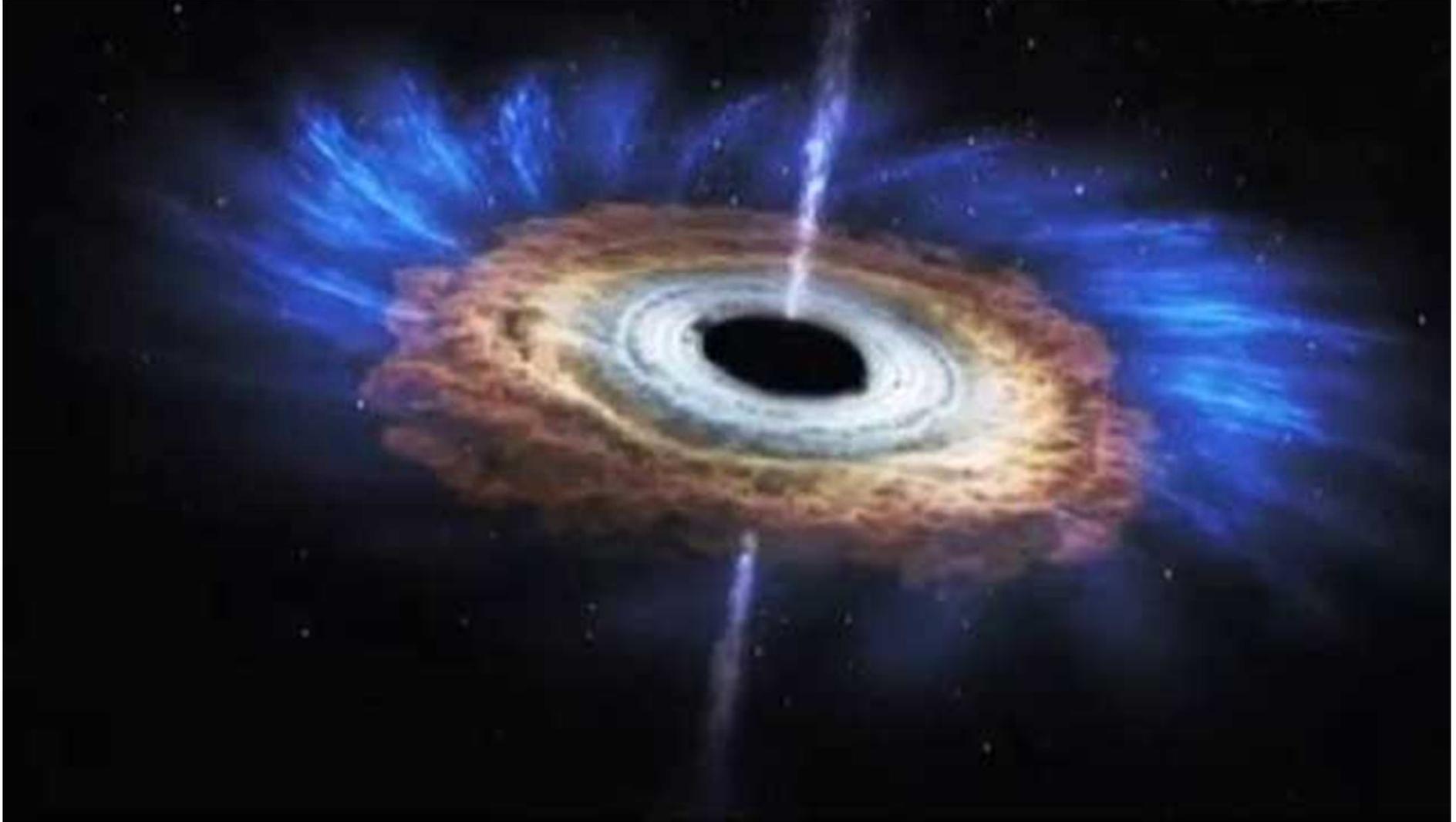
NASSIM NICHOLAS TALEB



LOS INTRUSOS



AGUJEROS NEGROS



LOS MERCADOS HASTA "AHORA"

**Productos con
alto valor añadido**

**Productos de valor
medio**

Productos Low Cost

LOS MERCADOS HOY

**Productos con
alto valor
añadido**



**Zona de la
Muerte**

Productos Low Cost

MODELO DE NEGOCIO TRADICIONAL VS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO



A conceptual photograph where a man in a dark suit and tie is cowering on the ground, looking up in fear at a massive, dark brown suede boot descending from the top of the frame. The boot is positioned as if about to step on him, symbolizing the power imbalance between companies and their customers.

**De la Tiranía
de las
empresas a**

**la Tiranía de
los clientes**

SERVICIOS BÁSICOS "GRATUITOS"



VALORIZAR

0

BANALIZAR



PALANCAS ACTUACION



PROSPECTIVA ESTRATEGICA





INNOVACION

OBSESION POR CONOCER Y ENAMORAR A LOS CLIENTES



CULTURA ORGANIZACIONAL



NUEVOS LIDERAZGOS





**LA INTELIGENCIA
DE UN
INDIVIDUO, SE
EVALÚA POR LA
CANTIDAD DE
INCERTIDUMBRE
QUE ES CAPAZ DE
SOPORTAR**

Mundo VUCA

V

U

C

A

VOLATILY

UNCERTAINTY

COMPLEXITY

AMBIGUITY

EL MUNDO CAMBIA CON
MAS **RAPIDEZ**, ES
MAS **IMPREVISIBLE**, **COMPLEJO**
Y **DIFICIL DE INTERPRETAR**



Aceleración Tecnológica

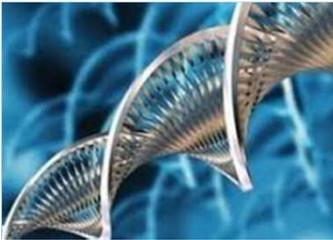


Tres grandes olas tecnológicas

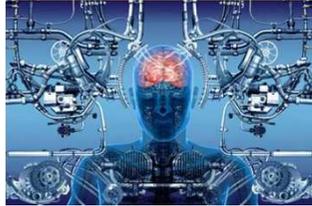
2010

2020

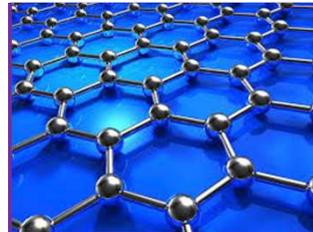
2030



Biotecnología

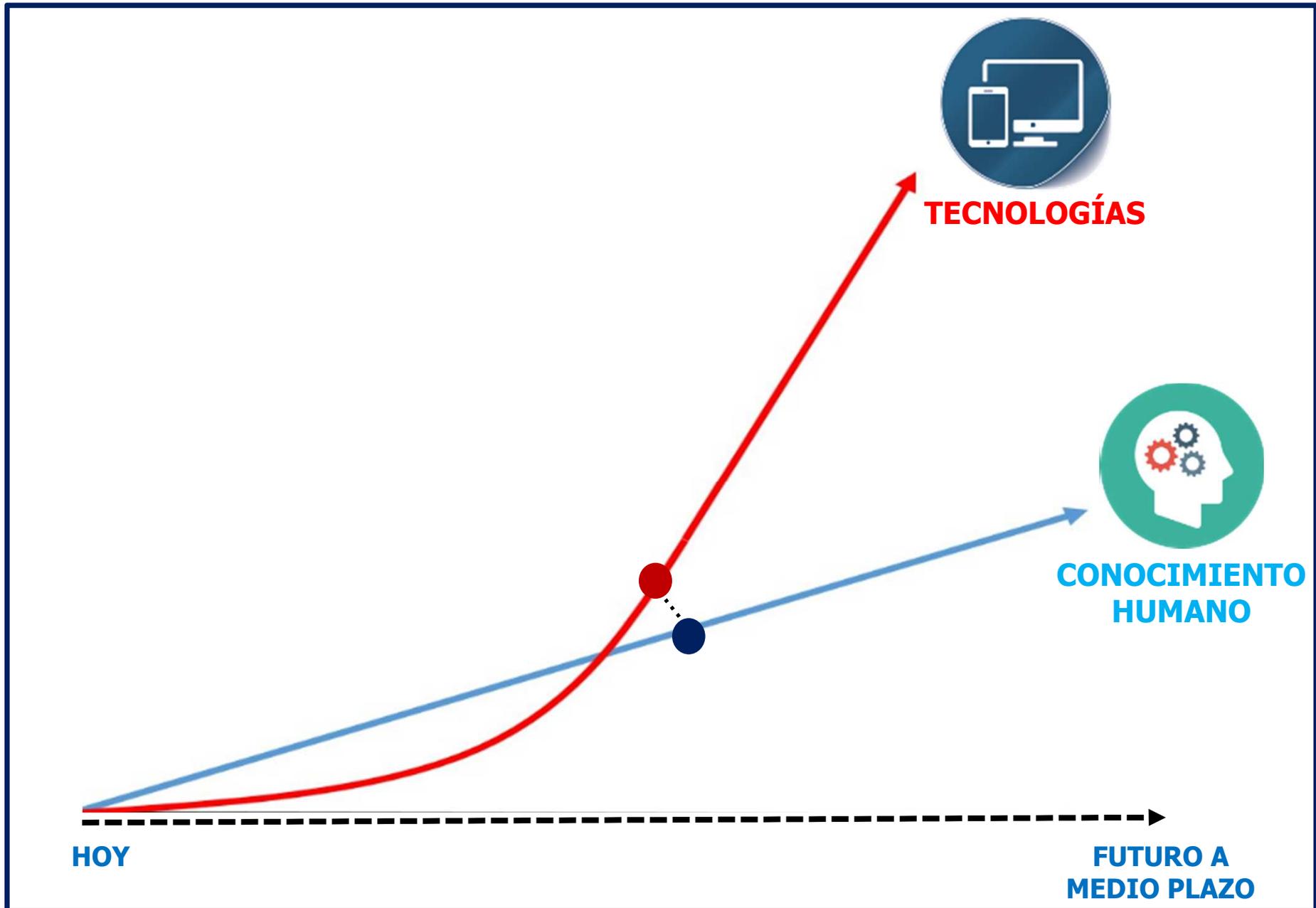


Robótica + Inteligencia artificial



Nanotecnología

PROGRESIÓN EXPONENCIAL VS LINEAL



Poder de GAFAM

Google



amazon



Microsoft

PETROLEO



AUTOMOCIÓN



ELÉCTRICO



ECOSISTEMAS TRADICIONALES

FARMACÉUTICO



FINANCIERO



facebook

Google

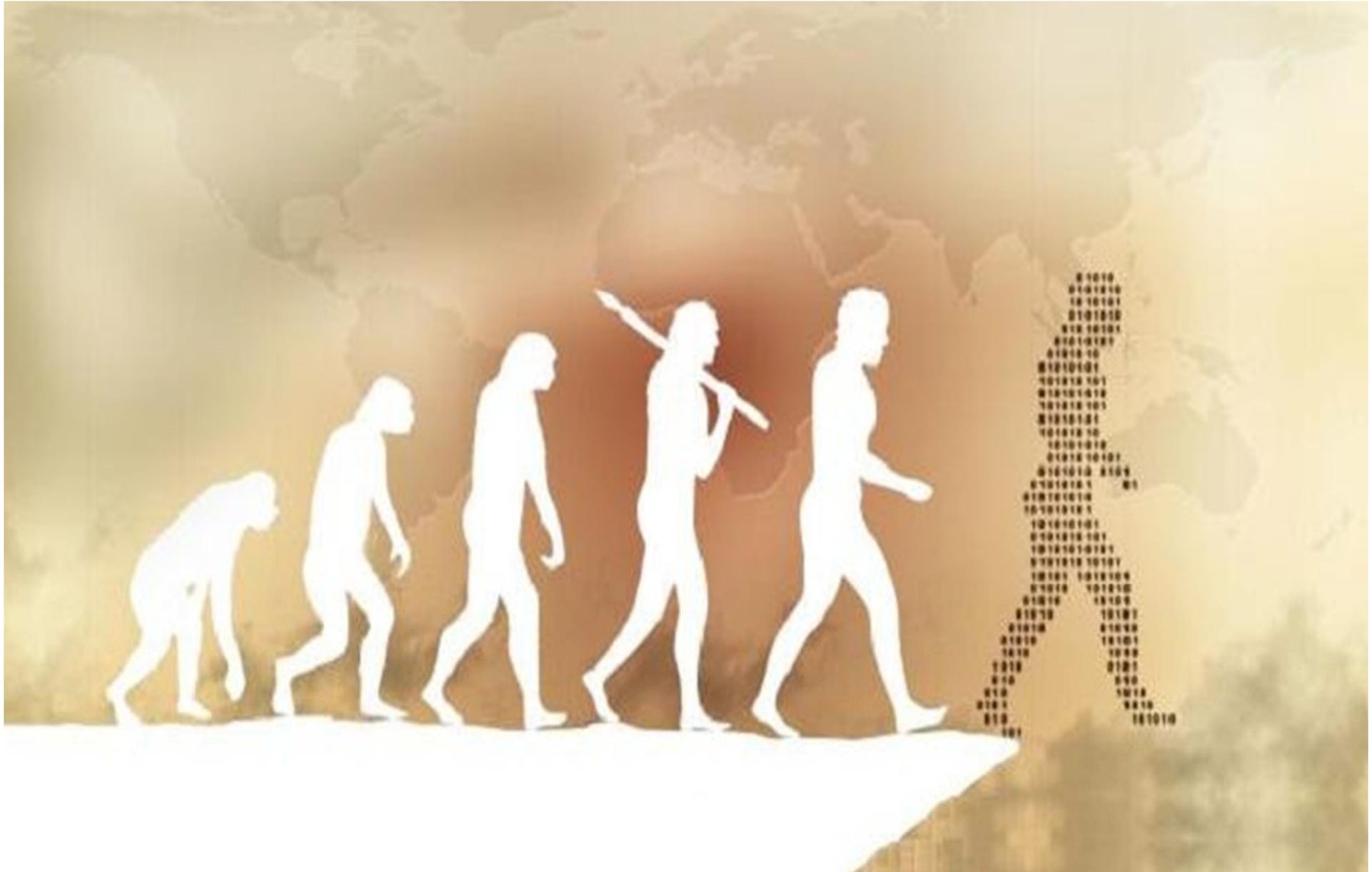
amazon

ECOSISTEMAS TECNOLÓGICOS

Microsoft



LA SOCIEDAD VA MUY POR DELANTE DE LAS ORGANIZACIONES EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



Libro de crecimiento, innovación
y liderazgo del año.

Frost & Sullivan 2014

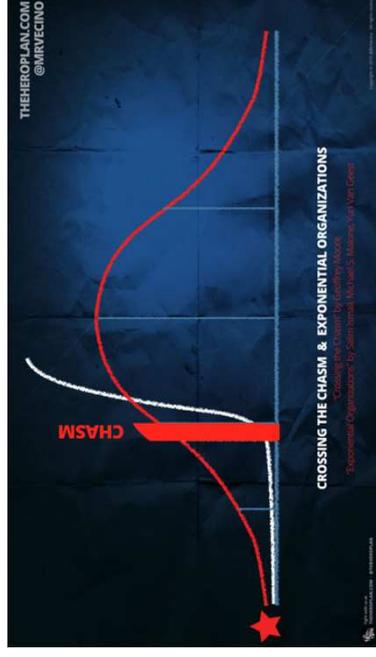
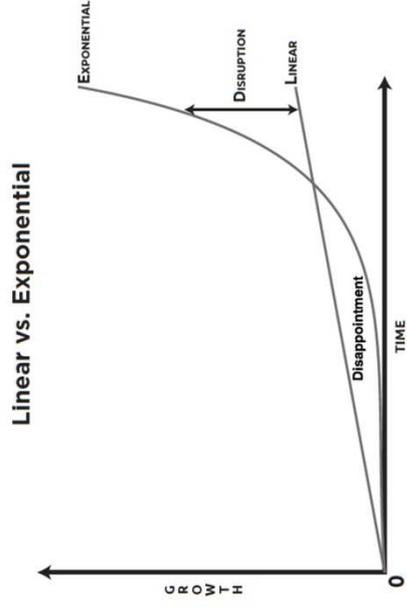
ORGANIZACIONES EXPONENCIALES

Por qué existen nuevas organizaciones
diez veces más escalables
y rentables que la tuya
(y qué puedes hacer al respecto)

SALIM ISMAIL

MICHAEL S. MALONE y YURI VAN GEEST
prólogo de **FRANCISCO PALAO y PETER DIAMANDIS**

 A SINGULARITY UNIVERSITY BOOK



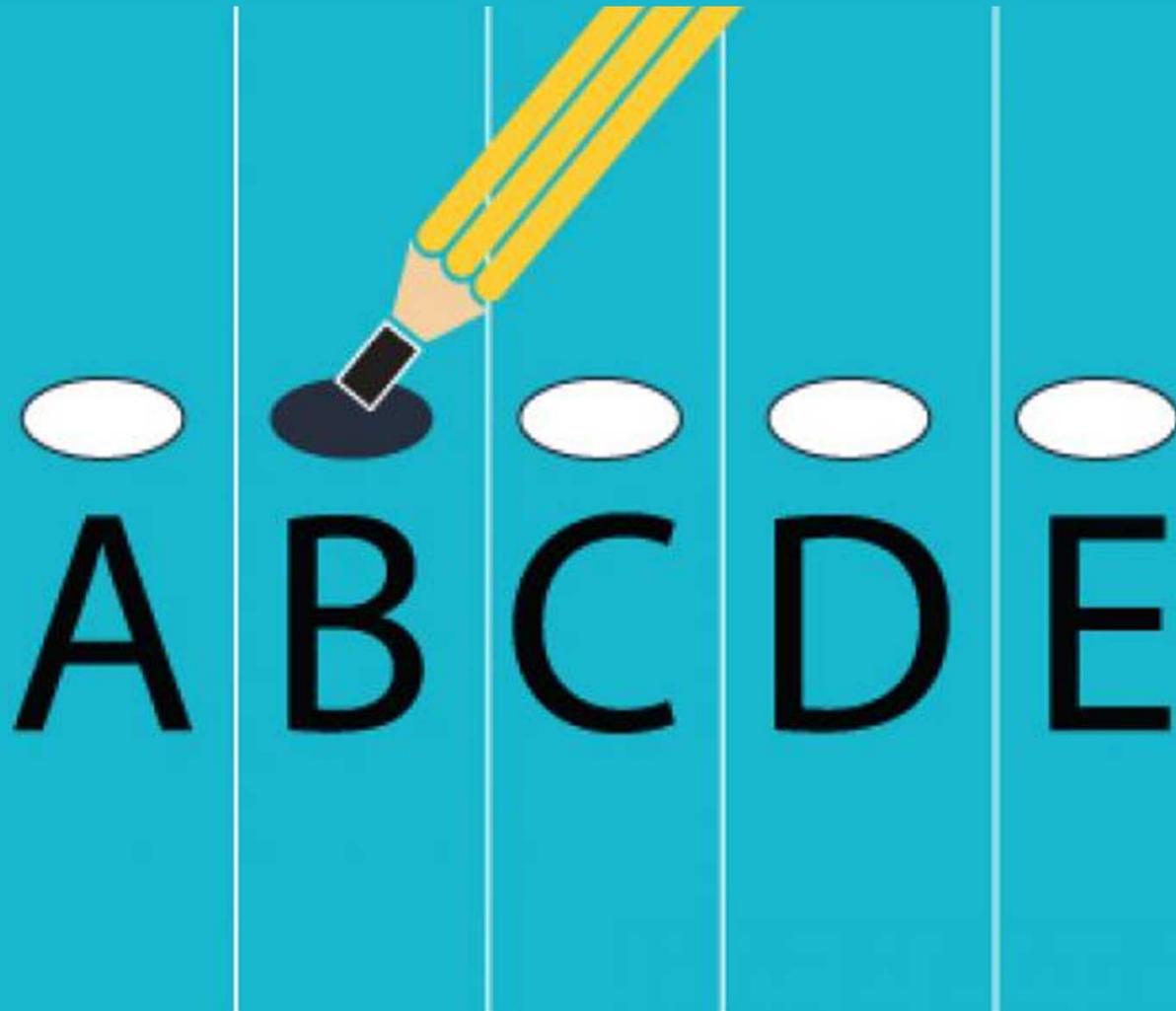


Los procesos, recursos y
estrategias para la
**INNOVACIÓN
INCREMENTAL**

no suelen ser los
adecuados para la
**INNOVACION
DISRUPTIVA**



NO CAMBIEMOS LAS RESPUESTAS



SI NO LAS PREGUNTAS

**TRANSFORMAR PUEDE SIGNIFICAR
DESTRUIR NUESTRAS
CAPACIDADES ACTUALES**



PELIGRO



DUALIDAD

NEGOCIO TRADICIONAL



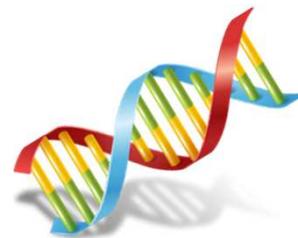
+

ADYACENTES

NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO



TENSIÓN CORPORATIVA



LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO **NO DEBEN COMPETIR** CON EL NEGOCIO TRADICIONAL **PARA CONSEGUIR RECURSOS**



TRANSFORMACION **DIGITAL**



GUERRA

CAMBIO TOTAL

En la estrategia



En la cultura



En los Liderazgos



En las operativas



**La
Transformación
Digital tiene 2
grandes
objetivos**



**Mejorar la
experiencia del
cliente y darle
más valor**





ECONOMIA "TRADICIONAL"

**ENFRENTADA
CONTRA**

DIGITAL



COLABORATIVA

CIRCULAR





Uberización de la Economía

ECONOMÍA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



VS

ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA



SEGUNDA LEY DE NEWTON



$$\mathbf{F} = \mathbf{m} * \mathbf{a}$$

¿QUÉ SIGNIFICA?

**CUANTO MAYOR SEA LA
MASA, MAS DIFÍCIL SERA
ACELERAR**



CULTURA ORGANIZACIONAL



CULTURA ORGANIZACIONAL

MISIÓN

VISIÓN

VALORES



COMPORTAMIENTOS



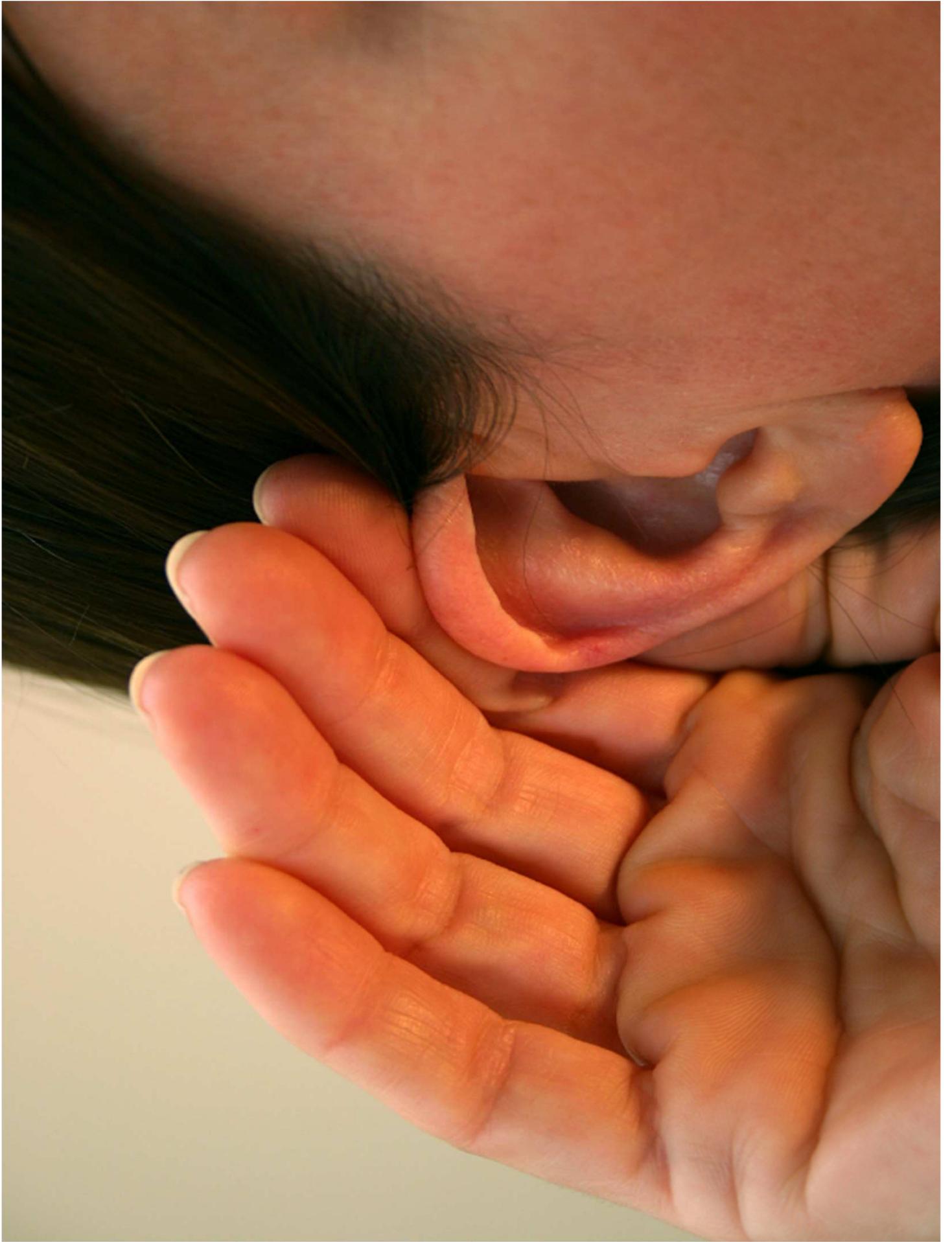
¿Cuál es el Talento de la Organización?

MEDIOCRIDAD





CLIENTES





**QUE NOS
CONOZCAN**



**QUE NOS
COMPREN**



**QUE
TENGAN
UNA BUENA
IMAGEN
NUESTRA**



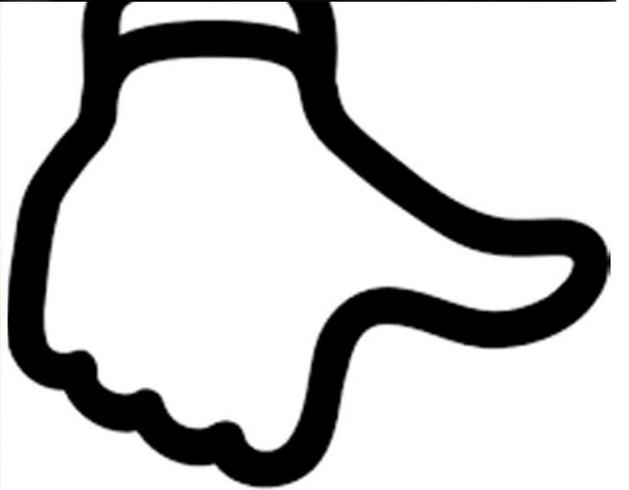
**QUE
REPITAN**

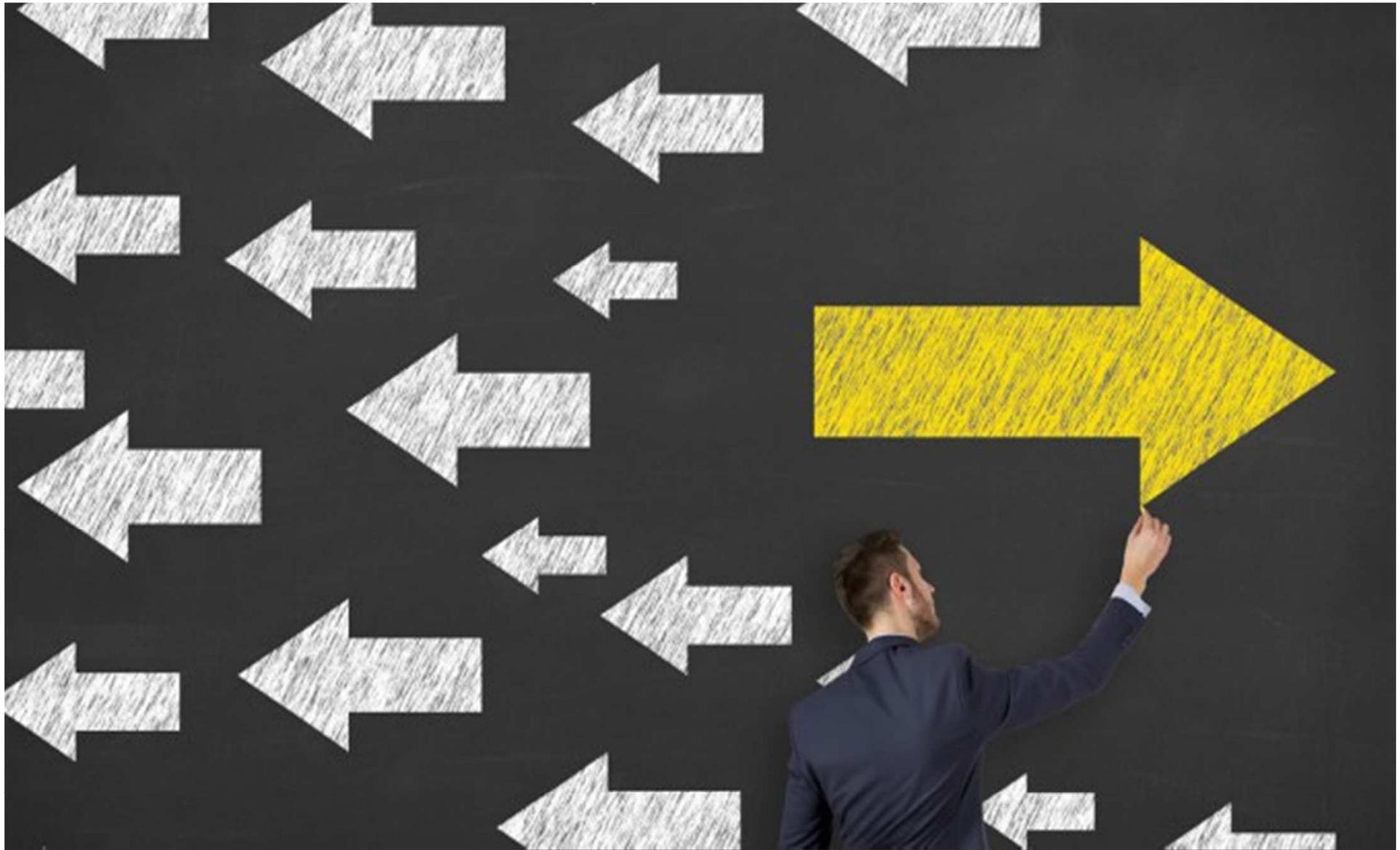


**OBJETIVOS DE
UNA EMPRESA
RESPECTO AL
MERCADO**



**QUE NOS
RECOMIENDEN**





**Reflexiones y cambio de
paradigma**

Lo que una empresa vende y lo que le compran, siempre son 2 cosas distintas



Una empresa está en el negocio de lo que le compran y no de lo que vende



Hay que innovar en lo que se está
vendiendo, pero **sobre todo** en lo que nos
compran





¿En que
Negocio
crees que
estás?

¿En que Negocio
realmente estás?



¿En que
Negocio
deberías estar?

**SEÑOR ENSÉÑAME A ACEPTAR AQUELLO
QUE NO PUEDE SER CAMBIADO, A CAMBIAR
AQUELLO QUE PUEDE SER CAMBIADO Y
SOBRE TODO, ENSÉÑAME A CONOCER LA
DIFERENCIA**



Marco Aurelio

San Francisco de Asís

**SI UNA ORGANIZACIÓN ESTÁ
ORIENTADA HACIA UNA
DIRECCIÓN ERRÓNEA, LA ÚLTIMA
COSA QUE NECESITA ES SER MÁS
EFICIENTE**



IMPOSIBLE es
simplemente una
OPINIÓ





https://youtu.be/hCIDf2_3h_Q

MUCHAS GRACIAS



murarte@pharos.es



[@MarcosUrarte](https://twitter.com/MarcosUrarte)