

Innovación: la protección que el sector asegurador necesita hoy

La **Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros** estima que sólo el 25% de la población tiene una póliza. De estas, el 42% corresponde a un seguro de vida, un 20% de automóviles, un 18% de daños, un 16% de accidentes y enfermedades y, finalmente, un 5% corresponde a planes de pensiones.

Dentro del marco en el que se desarrolla la pandemia, tal y como exponen las cifras de la AMIS, de los 2.175.462 casos de Covid-19 reportados por las autoridades en ese momento, solo el 1.32% contaba con el respaldo de un seguro de gastos médicos; y en el caso de los fallecidos, mucho **menos de la mitad tenía una póliza de vida.**

La **industria mexicana de seguros** encuentra esta situación como algo verdaderamente desafiante. Se entiende que, tras la situación vivida por la pandemia, la población se concienciará más de lo importante que es proteger la salud y las finanzas de la familia y esto provocará un aumento de la demanda de pólizas de seguro médico y de vida.

Para 2021 la economía de México, si bien justifica cierto grado de optimismo, seguirá en la ruta de reconquistar el terreno que ha perdido durante la pandemia. El **Fondo Monetario Internacional** estima que la economía del país crecerá en el rango del 5% en 2021, pero el avance no será igual para todas las industrias y dependerá mucho de los progresos en la estrategia de vacunación.

La consultora **Pricewaterhouse Coopers** comenta que los consumidores, aunque más interesados en los seguros y en tomar decisiones que alejen riesgos, quizás no cuenten con los recursos necesarios para invertir en un nuevo producto financiero.

En una situación como esta, las organizaciones deben enfocarse en lograr la **máxima eficiencia en todos sus procesos operativos**. La gestión de tareas no debe obstaculizar la reacción a las condiciones del mercado si no son críticas para el negocio y la generación de ingresos. Una prioridad total debe ser la de **ganar y retener clientes** protegiendo la rentabilidad del negocio.

Modernizar y digitalizar funciones supone acelerar los tiempos de procesamiento y reducir riesgos relacionados con el error humano, además de obtener una visión completa a tiempo real del gasto que supone la empresa.

La transformación de las adquisiciones y la gestión de todo tipo de gastos en la organización hace más que romper los silos que existen en una empresa. Gracias a la automatización y la analítica avanzada, la función de adquisiciones hoy en día puede elevar aún más su papel estratégico dentro del negocio, alineando las estrategias de gastos de la empresa con sus objetivos corporativos, como los relacionados con el medio ambiente y la sostenibilidad, o con las personas y la diversidad.