[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 27/12/2023

# [La analítica como catalizador de innovación y resiliencia en la industria aseguradora](http://www.notasdeprensa.es)

## La industria aseguradora se enfrenta a desafíos y oportunidades sin precedentes. Rafael Díaz de Durana, Director de Business Consulting Insurance en Minsait México, destaca la necesidad de la transformación digital en el sector en donde la diferenciación se logra a través de servicios innovadores y una experiencia del cliente mejorada, por lo que es importante entender las necesidades cambiantes de los clientes, que buscan proteger activos como identidad digital, dispositivos electrónicos y mascotas

Actualmente, las aseguradoras reconocen la necesidad de impulsar su transformación digital como elemento clave para su crecimiento y rentabilidad, pero, en ocasiones, sin una visión clara sobre cómo realizarla. La industria de los seguros ha atestiguado una transformación profunda en la sociedad y economía en los últimos años. Si bien la reciente pandemia alteró significativamente algunos paradigmas que solían dominar este mercado, también aceleró la manera en que las compañías de seguros interactúan con sus clientes y ajustan sus ofertas de productos. Un ejemplo de esto se observa en el sector de los seguros automotrices, que ha experimentado una disminución en la demanda no sólo debido a la reducción de su uso durante los períodos de confinamiento, sino también a la adopción del trabajo híbrido y a la escasez y los precios elevados de los vehículos a nivel mundial. Por otro lado, los seguros de gastos médicos mayores han experimentado un notable crecimiento, a pesar de las primas elevadas, impulsados principalmente por la inflación de los proveedores médicos, que alcanzó un 17% en 2022 según datos de la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas (CNSF). "Además de los desafíos actuales, como el crecimiento lento y una baja rentabilidad, existen problemas estructurales en el sector asegurador que lo vuelven incierto y complejo para el futuro", señaló Rafael Díaz de Durana, director de Business Consulting Insurance de Minsait México. De acuerdo con el ejecutivo, el sector asegurador actual se ha estandarizado, lo que quiere decir que las empresas ofrecen productos muy similares que no satisfacen las necesidades de usuarios con requerimientos significativamente diferentes a los de hace algunos años. En particular, estos actores se enfrentan a un entorno de constante cambio y alta competitividad, donde deben destacarse mediante servicios diferenciales y una experiencia del cliente optimizada. "Hoy, los clientes están más digitalizados y conectados, lo que se traduce en interacciones físicas reducidas y un cambio en sus hábitos de consumo", señala Díaz de Durana. Además, la tecnología se convierte en un habilitador para desarrollar nuevos productos y servicios, así como para crear formas alternativas de interactuar con el cliente. El impacto de la digitalización y la importancia de la experiencia del clienteA medida que se acerca el final de 2023, las aseguradoras están tomando conciencia de la necesidad imperante de impulsar su transformación digital como elemento fundamental para su crecimiento y rentabilidad. En particular, Díaz de Durana destaca el cambio en productos más adaptados a la forma de vida de los clientes millenial, muy diferente a la de generaciones anteriores. Los nuevos consumidores de seguros de hoy optan, en muchos casos, por no poseer activos o cargas familiares, redirigiendo su necesidad de protección a su identidad digital, dispositivos electrónicos, mascotas, bicicletas y replanteando el concepto de prevención. Al mismo tiempo, la experiencia del cliente adquiere nuevos matices que las empresas aseguradoras deben considerar en su interacción con sus usuarios. Esto implica un mayor conocimiento de los clientes y la reconfiguración de los canales de comunicación. "Se trata de transformar la experiencia del cliente no sólo a través de nuevos productos y servicios, sino también mediante la modernización de los canales de interacción. Los clientes pueden adquirir un seguro con un agente y, posteriormente, modificar su cobertura a través de una aplicación móvil, recibiendo atención telefónica en caso de un siniestro", explica Díaz de Durana. Además, las aseguradoras buscan ofrecer una experiencia digital que se asemeje a la de empresas y aplicaciones de renombre, como Amazon o Mercado Libre, donde los usuarios pueden rastrear el progreso de sus compras desde el pedido hasta la entrega. En el ámbito de los seguros, esto se traduce en la posibilidad de seguir el proceso de una reclamación de seguro de auto, desde el ingreso al taller hasta la reparación y el pago. La analítica: un pilar fundamental para el futuroUn componente crucial en la transformación digital de las compañías de seguros es la aplicación de la analítica avanzada, que tiene el potencial de convertirse en un elemento central de su gestión, fortalecer la relación con los clientes y diseñar productos nuevos y mejores. "En México y en otros países observamos un rezago en la implementación de la analítica avanzada. Es fundamental incorporarla en la estrategia empresarial si las aseguradoras desean crecer y ser rentables en el futuro", afirma Rafael Díaz. "Los conocimientos obtenidos ayudarán a una planificación más precisa, permitirán enfocarse en segmentos rentables, diseñar campañas y ofertas altamente personalizadas, anticipar renovaciones y planes destinados a retener a los clientes más valiosos", añade. La analítica también facilita la segmentación precisa de los clientes, lo que aumenta la posibilidad de descubrir nuevos patrones en su comportamiento, contratación y riesgo. Permite obtener un mayor valor de la información, incluso respecto a su estilo de vida, de la omnicanalidad y las redes sociales, así como posibilita identificar variables que orienten el desarrollo de planes que generen cambios en los clientes y atender sus necesidades específicas, como la atención remota, ajustar la comunicación y elevar la satisfacción del usuario. "Es evidente que el mercado asegurador requiere un cambio, que las empresas enfrentan desafíos para crecer, pero también existe una gran oportunidad", destaca el especialista. "La visión de Minsait es ser un socio que ayude en el proceso de transformación digital, compartiendo las mejores prácticas que permitan innovar y ser proactivos en un entorno en constante evolución, como el actual", concluye.

**Datos de contacto:**

Gabriela Medina Guerrero

AB Estudio de Comunicación / Directora Asociada

5539663493

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/la-analitica-como-catalizador-de-innovacion-y](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Finanzas Ciberseguridad Seguros Hogar

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)