

EL FUTURO DEL SECTOR ASEGURADOR SE ESCRIBE HOY

Este 20 de mayo, la industria aseguradora se reunirá en la octava edición del Insurance Day, un evento en el cual se discutirá cómo impulsar el crecimiento del sector. Tanguy Catlin, Senior Partner de McKinsey & Company y expositor del evento nos adelanta las nuevas tendencias y recomendaciones para el mercado peruano.

En un país donde la penetración de los seguros sigue siendo baja y gran parte de la población aún no accede a una protección financiera real, hablar de crecimiento en este sector no solo es necesario, es urgente. Por eso, el Insurance Day 2025, que se realizará este 20 de mayo en Lima, llega en el momento justo. Bajo el lema "Growth: Impulsando el crecimiento del sector asegurador", el evento busca abrir conversaciones profundas sobre cómo hacer que los seguros lleguen a más personas y generen un impacto tangible.

Uno de los invitados centrales será Tanguy Catlin, Senior Partner de McKinsey & Company, quien ofrecerá una mirada directa al estado de la industria en América Latina y Perú. En esta entrevista, adelanta los desafíos clave y por qué, hoy más que nunca, el sector necesita pensar en grande.

NUEVAS TENDENCIAS

América Latina es el segundo mercado de más rápido crecimiento en el mundo y es uno de los más rentables. Además, la brecha de protección en la región sigue siendo significativa, lo que crea muchas oportunidades para un crecimiento continuo en el futuro. De hecho, la penetración de seguros, como porcentaje del PBI en Latinoamérica, es de aproximadamente 3% frente al 10% en América del Norte.

Pero no basta con tener un espacio para crecer. Es clave conocer también los recientes cambios en la industria. "El mercado está relativamente abierto a nuevas soluciones; los reguladores están desempeñando un papel importante en fomentar y permitir nuevos modelos y competencia; y el surgimiento de las *insurtech* son todos factores que impulsan una industria de seguros en crecimiento en la región", detalla Tanguy Catlin, socio senior en McKinsey.

También ha impactado en el negocio el uso intensivo de datos y tecnología para mejorar la suscripción, la experiencia del cliente y la gestión de siniestros. En ese sentido, el experto considera que es fundamental ofrecer herramientas digitales



sólidas para los consumidores, a la vez que se proporcione apoyo durante su experiencia de adquisición y mantenimiento de pólizas.

"En la evolución de la industria, juega un papel significativo el empoderamiento de los canales con leads concretos, aprovechando la analítica y un mayor grado de personalización a través de la inteligencia artificial generativa. Todavía existe una ventana de oportunidad para que las aseguradoras locales alcancen a los mejores jugadores digitales internacionales", indica el experto.

MERCADO PERUANO

El mercado peruano no es ajeno a estas transformaciones. Al respecto, Catlin destaca que, en el segmento bancario, los peruanos están realizando transacciones y abriendo cuentas digitales. "Esto demuestra cuán preparado está el mercado para absorber la ola de transformación", asegura.

Sin embargo, también advierte que existen brechas relevantes que típicamente afectan a las industrias en esta etapa de transformación. Por ejemplo, la restringida disponibilidad de talento calificado. Las aseguradoras también competirán dentro de los mismos grupos de talento como otras industrias que buscan digitalizarse.

Otra medida útil para elevar los niveles de penetración en el mercado de seguros en el Perú

Tanguy Catlin,
Senior Partner
de McKinsey &
Company



es mejorar la educación financiera. Asimismo, es pertinente alentar a los clientes a utilizar los diversos productos de protección. "Típicamente, los clientes que tienen experiencia con algún siniestro tienen mayor propensión a renovar la póliza. Vale la pena pensar en pequeños incentivos como servicios de asistencia para aumentar el conocimiento del producto", señala el experto.

Según Catlin, el Perú es un mercado muy atractivo y es necesario que las aseguradoras repiensen su cartera y canales de distribución para abordar segmentos desatendidos; inviertan en datos y tecnología para personalizar las interacciones; aceleren canales con inteligencia y herramientas digitales; y mantengan estrictas disciplinas de costos y eficiencia.

Por último, el experto identifica que la lucha contra el cambio climático es una gran oportunidad para las aseguradoras. "Los productos y protecciones existentes proporcionan una cobertura importante para familias y municipios que sufren desastres climáticos. Se podría fomentar la institución de pólizas de seguros obligatorias para áreas específicas para fortalecer este papel y cobertura". ■