INSURANCE DAY 2025

INSURANCE DAY 2025: PENSAR FUERA DE LA CAJA PARA CRECER

Culminó la octava edición del Insurance Day, el evento de seguros más importante del país, organizado anualmente por la Asociación Peruana de Empresas de Seguros.

El Insurance Day, evento organizado por APESEG, este año puso el foco en impulsar el crecimiento del sector asegurador. Durante la jornada se abordaron temas como la diversificación y fortalecimiento de los canales de distribución para ampliar el acceso a los seguros, la innovación y tecnología como herramientas claves para la transformación del sector.

Adicionalmente, los asistentes pudieron conocer de forma directa tres casos de éxito de la región, que demuestran que, pensando fuera de la caja, identificando el canal adecuado y utilizando las herramientas que la tecnología ahora habilita, es posible crear productos y servicios de alto impacto que respondan a las necesidades del mercado.

El futuro del sector asegurador en Perú y América Latina se vislumbra prometedor, impulsado por la digitalización y la innovación.

TENDENCIAS GLOBALES

La transformación digital acelerada, el enfoque en el cliente y la colaboración regional son las grandes pautas de la industria de seguros en la actualidad.

"Las aseguradoras están adoptando tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y la analítica de datos para optimizar procesos y mejorar la experiencia del cliente", indica Eduardo Morón, presidente de APESEG.

Asimismo, el enfoque en el cliente hace que las compañías de seguros ofrezcan cada vez más productos personalizados y accesibles, adaptados a las necesidades cambiantes de los consumidores, los cuales sienten gran interés por los canales híbridos.

Otro aspecto trascendental para que el mercado siga creciendo es promover la colaboración regional entre empresas, a través de alianzas estratégicas, que permitan compartir buenas prácticas y fortalecer la industria.

CASOS DE ÉXITO

Los casos de éxito expuestos proceden de tres mercados relevantes de la región: México, Colombia y Brasil. Así, Gustavo Flamerich, country manager de México de Klimber y Business Developer, detalló el caso de Metlife Xcelerator, una alianza entre Metlife y Klimber, que busca hacer crecer el negocio y fidelizar cliente, desde lo digital.

Por su parte, Edgar Gómez, CEO de BNP Paribas Cardif Colombia, explicó la iniciativa "Abraza tu vida, el caso de Leonisa". El ejecutivo indicó que el proyecto busca que por la compra de productos de la marca Leonisa las mujeres puedan acceder también a un seguro contra enfermedades oncológicas de mayor incidencia en las mujeres. Gómez señaló que se utilizó la inteligencia artificial para masificar y personalizar los mensajes a las compradoras, impulsando la renovación.

Alberto Souza, CEO y fundador de la empresa brasileña Darwin Seguros, explicó la estrategia digital que se sigue para ofrecer seguros vehiculares personalizados y más accesibles, especialmente para conductores responsables que no tienen historial, mediante precios accesibles, uso inteligente de datos y forjar alianzas que le permitan alcanzar nuevos mercados, y que pone el foco en un precio justo.

MERCADO PERUANO

A decir de Morón, el futuro del sector asegurador en Perú y América Latina se vislumbra prometedor, impulsado por la digitalización y la innovación. Sin embargo, persisten desafíos como la baja penetración de seguros y la necesidad de adaptar productos a las particularidades locales. De ahí la necesidad de crear seguros accesibles y adaptados a las necesidades de diversos segmentos de la población; e impulsar la educación financiera para incrementar los niveles de conciencia sobre la importancia de los seguros y cómo funcionan.

Morón señaló que se prevé un crecimiento sostenido, especialmente en seguros de salud y vida, impulsado por una mayor conciencia sobre la importancia de la protección financiera; y que el gran reto sigue siendo optimizar costos. En ese sentido y teniendo en cuenta las tendencias a nivel global, resaltó que es importante que las aseguradoras en el Perú inviertan en tecnología para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. También es necesario que digitalicen sus servicios, a través de la adopción de plataformas digitales para la contratación y gestión de pólizas; e incorporen mucho más el uso de datos y análisis predictivo para evaluar riesgos y personalizar ofertas.

Entre las oportunidades de negocio que fueron identificadas durante el evento están las de ofrecer seguros adaptados a las necesidades de sectores como los trabajadores independientes y las pequeñas empresas; y la de generar colaboraciones estratégicas entre aseguradoras y corredores de seguros o salud.

El Insurance Day 2025 fue un espacio de diálogo y colaboración para promover estrategias y soluciones innovadoras que facilitan e impulsan el crecimiento del mercado asegurador en el Perú. Reunió a expertos y actores clave de la industria local e internacional, como a las consultoras McKinsey y Boston Consulting Group, para compartir buenas prácticas e identificar oportunidades de negocio, así como herramientas para superar los diversos desafíos que afronta la industria de seguros en la actualidad. ■

SE1963_21.indd 21 23/05/25 4:28 p. m.