

# Pacífico: “Queremos ser el Amazon de los seguros”

Aseguradora planea ampliar la oferta de productos en Yape, que se ha convertido en uno de los principales canales de distribución. Coberturas ahora no solo son adquiridas por estratos A y B.

**ZULEMA RAMIREZ HUANCAYO**  
zulema.ramirez@diariogestion.com.pe

Las compañías de seguros continúan ganando terreno con una estrategia de masificación de productos ofrecidos mediante canales del sistema financiero, como bancos, microfinancieras o billeteras digitales.

“El objetivo es liderar el mundo retail de seguros, queremos ser el Amazon del mercado asegurador”, dijo María Félix, gerente de división negocios personales, clientes e innovación de Pacífico Seguros en conversación con Gestión, en la que también comentó sobre el objetivo de su alianza con Falabella y de sus planes con la billetera Yape.

A los clientes les gusta tener una variedad de productos y poder comparar, mientras que la Inteligencia Artificial (IA) y el análisis de datos cobran relevancia en este plan de mejor servicio al cliente y rápida atención de siniestros, enfatizó.

## Crecimiento a cortoplazo

Pacífico anunció recientemente una alianza con Falabella, por 15 años, que permite a los clientes de esta última acceder a una protección de la aseguradora en los ramos vida, salud y seguros generales. “Atenderemos los seguros que acompañan a los créditos (como desgravamen), protección de tarjetas y transacciones, ofreceremos cobertura ante desempleo y se-



**Alianza.** Firma ofrecerá seguros a clientes de la cadena Falabella, con lo que planea sumar cinco millones de usuarios.

## EL DATO

**Ahorro. Los seguros de vida con componentes de ahorro registran un incremento importante en la cartera de Pacífico, superior al 50% respecto de lo registrado en la pre-pandemia (antes de marzo del 2020).**

gueros de salud como oncológicos”, enumeró.

Este proceso permitirá duplicar los cinco millones de clientes que hoy registra Pacífico, sostuvo. “Creemos que a lo largo de 15 años vamos a llegar a esa meta, pero el gran crecimiento viene en los años próximos”, precisó.

La ejecutiva descartó que el corredor de seguros de Falabella desaparezca, pues está centralizando gran parte de su cartera de productos con una sola empresa aseguradora (Pacífico), mientras que el resto de coberturas las continuará desarrollando a través de licitaciones regionales.

## Ofertas mediante Yape

Félix indicó también que Pacífico planea ampliar la oferta de productos mediante Yape, que hoy se ha convertido en uno de los principales canales de distribución de seguros.

“Empezamos con la venta de SOAT y rápidamente alcanzamos miles de clientes;

ahora estamos ofreciendo una protección para el celular de los usuarios de la billetera que permite cubrir tanto equipos nuevos como antiguos”, detalló.

Además, se acaba de lanzar un seguro para proteger las transacciones que realiza el cliente mediante Yape o aquellas que son efectuadas con tarjetas del BCP, expresó. “Y pronto incluiremos un seguro de vida”, adelantó.

## Fraude

Otro problema que afrontan cada vez más peruanos es el fraude en operaciones en línea, comentó la especialista. “Es un riesgo muy técnico y contamos con datos que nos permiten saber si efectivamente se cometió una estafa o si se trata de un autofraude”, resaltó.

Cada tres meses aparecen nuevos riesgos, mientras que hoy Pacífico cuenta con más del 40% de participación de mercado y todos los días paga montos relevantes por los siniestros que ocurren a los clientes, complementó.

En cuanto a los precios de los seguros, Félix señaló que no se han incrementado en los últimos años.

“Cada vez hay productos con primas más bajas y coberturas que se adecúan al precio que está pagando el usuario”, agregó.

“El mercado es más competitivo ahora. Había un segmento que no tenía acceso a los seguros, pues se pensaba que solo estaban dirigidos a los segmentos socioeconómicos A y B, sin embargo, hoy cualquier persona puede comprar una cobertura, por ejemplo, desde Yape, explicó.