

# Seguros Interamericana®

SEGUROS DE VIDA, AHORRO Y SALUD

## MERCADO

Seguros Interamericana es filial en Chile de American International Group Inc. (AIG), líderes mundiales en servicios financieros y de seguros, con operaciones en más de 130 países y jurisdicciones. Las compañías de AIG dan servicio a clientes comerciales, institucionales e individuales por medio de la red mundial más extensa de cualquier compañía aseguradora. Además, las compañías de AIG son los proveedores líderes de servicios para el retiro o pensión, servicios financieros y administración de activos en todo el mundo. En Chile, Seguros Interamericana participa en la industria de seguros de vida, ahorro, salud y accidentes personales.

## LOGROS

Interamericana siempre ha crecido por sobre la industria en los rubros que componen los seguros de vida tradicionales. Por ejemplo, en 2006 la industria de seguros colectivos creció 11,5%, mientras que la firma lo hizo en 18,9%. El mercado de accidentes personales aumentó 5,5%, mientras que Interamericana tuvo un alza de 10,2%. En la línea de desgravamen, la compañía sigue estando entre los líderes del crecimiento con 22,2% respecto de 2005.

## HISTORIA

La empresa fue fundada en 1980 y desde entonces ha tenido un vertiginoso desarrollo. A mediados de los 80 se expandió a regiones, creó IDC Soluciones Informáticas e Inmobiliaria Interamericana, que en 1990 dio vida al proyecto inmobiliario más importante de AIG en América Latina: la Torre Interamericana, cuya inversión superó los US\$20 millones. En los 90

abrió el mercado de leasing habitacional, fue nombrada Aseguradora Oficial de la Cumbre de las Américas y declarada sede regional de AIG para la región. En 2003, la compañía implementó una nueva estrategia de fidelización de clientes que ha logrado índices de retención de cartera únicos en la industria local. Sin contar con que a fines de 2006 figuraba como la única empresa de seguros del país con clasificación AA+, ratificada por dos prestigiosas clasificadoras de riesgos locales.

## PRODUCTO

Interamericana está convencida de que tiene una labor social que cumplir. Y eso es proveer a las personas de una asesoría para que entiendan la importancia de proteger su estilo de vida.

Diversos estudios de mercado demuestran que una persona que toma un seguro de vida orientado a resolver sus principales preocupaciones –como por ejemplo, la educación de sus hijos– reduce, en general, su nivel de temor frente a diversos eventos y enfrenta de mejor manera su propia vida.

Lo relevante es entender y encontrar esas preocupaciones, cuantificar la problemática y hacerle frente de una manera inteligente.

Para lograrlo, Interamericana ha apostado por la entrega de soluciones a la medida de cada persona. Ha invertido en capacitación de sus asesores y está utilizando una herramienta única, conocida como ADN o Análisis



de Necesidades. A través de ésta estudia en profundidad la problemática de cada cliente y le ofrece el mejor producto de acuerdo a su situación.

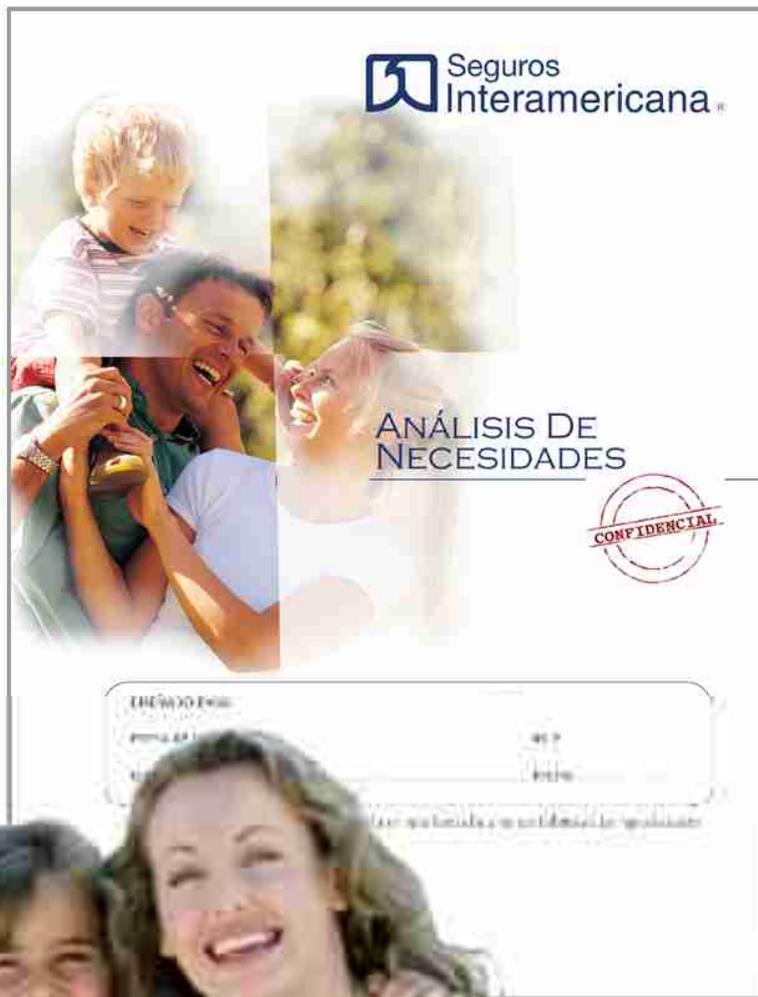
La herramienta no sólo ha generado tranquilidad y confianza, sino que ha sido clave en el alto nivel de fidelización de los clientes con la compañía.

Interamericana cuenta, además, con el respaldo de ser una compañía de AIG y el compromiso de todos sus trabajadores, que entienden a la perfección la confianza depositada por los clientes.

### DESARROLLOS RECIENTES

Interamericana es la única compañía de seguros en Chile que tiene una amplia gama de canales de distribución. Además de los tradicionales, como las agencias y los seguros colectivos de vida, salud y accidentes personales a través de corredores, posee work site marketing o marketing en el lugar de trabajo, mercadeo masivo, agentes independientes y venta de seguros individuales a través de corredores de seguro.

La empresa también ha diversificado la plataforma de productos con la cual enfrenta las diversas necesidades de las familias chilenas, entregando soluciones en forma de seguros de vida individuales, APV, accidentes personales, colectivos de vida y salud, y seguros de desgravamen, entre otros.



En todas las líneas de seguros en las que participa, Interamericana se ubica dentro de los cinco principales actores de la industria, logrando una participación en el mercado de los Seguros Tradicionales de Vida del 9,1% a finales del 2006, en una industria en la cual ningún actor llega al 10% de participación.

### PROMOCIÓN

La retención de clientes y la promoción de la marca a través de los propios clientes constituyen una de las principales fuentes de crecimiento de Interamericana. Para lograrlo, una de las claves en la estrategia ha sido el marketing directo y el relacional. Esto se ha desarrollado a través de folletos informativos, beneficios dentales, en farmacias y en restaurantes, así como a través del contacto telefónico y visitas anuales de los asesores, destinadas a conocer en profundidad las necesidades de los clientes.

### VALORES DE MARCA

El rol social de la marca Interamericana es transmitir el amor por la vida. Y en la gestión comercial, esto se traduce en que en todo momento se procura liberar a los clientes de sus preocupaciones para que disfruten su vida. Por ejemplo, garantizando a los suyos el mismo nivel de vida frente a cualquier inconveniente. Seguros Interamericana es una marca diferente. Se especializa en seguros de vida, ahorro y salud y, dentro de estos rubros, desarrolla productos especiales para las necesidades de diversos grupos de personas. Esto ha permitido una especialización de productos y de canales de distribución altamente valorada por nuestros clientes. El valor de la marca Interamericana se refleja también en el alto nivel de retención de clientes y en el insuperable nivel de recomendación de la marca.

### LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE SEGUROS INTERAMERICANA

- En 2006, Interamericana pagó siniestros por US\$34 millones.
- Realizó 399 mil reembolsos médicos equivalentes a US\$ 15,9 millones.
- Entregó 354 indemnizaciones por fallecimientos de pólizas de vida, lo que equivale a US\$ 3,9 millones.

