

Zurich Seguros Ilega para quedarse

Ingrid Vergara , Directora de comunicaciones y mercadeo
Fasecolda

Se perfila el inicio de la operación de un nuevo competidor en el mercado colombiano: Zurich Seguros. Michael Raney, el CEO para Global Corporate - Latin America, estuvo en nuestro país y en entrevista exclusiva para Fasecolda habló de la llegada de este grupo asegurador a nuestro territorio.

Sobre la nueva aseguradora

Zurich Seguros es una empresa Suiza, con presencia en más de 170 países y cerca de 60.000 empleados en el mundo, sirviendo a más de 30 millones de clientes. Cuenta con más de USD 194 billones de activos bajo gestión y se encuentra dividida en tres segmentos empresariales principales: seguros generales, vida global y farmers, con la compañía que opera en los Estados Unidos.

Ofrece productos de seguros generales y de vida para personas y empresas, entre los que se incluyen: seguros de automóvil, seguros de hogar, seguros de responsabilidad, seguros de vida y de enfermedades graves, ahorros e inversión, y planes de pensiones. En Latinoamérica tiene presencia en Argentina, Brasil, México, Venezuela y Chile.

Zurich cuenta con una importante experiencia y presencia global, ¿cuáles son sus actuales mercados de interés?

Zurich tiene una estrategia de crecimiento en los mercados emergentes, principalmente en Asia y Latinoamérica. En la región hemos hecho algunas inversiones importantes en los últimos años; en el 2008 adquirimos Minas Brasil y en 2011 compramos la mayoría de la operación de Seguros Santander Latinoamérica, que nos dio una presencia en cinco países y un acuerdo de distribución exclusiva durante 25 años.

Estamos presentes desde hace 50 años en Argentina, 30 en México y en Chile tenemos presencia con una marca que tiene más de 160 años. Por supuesto, el proyecto que tenemos aquí en Colombia es parte de nuestra estrategia de acción y expansión, para poder sumar.

¿Por qué escogieron a Colombia para abrir una nueva operación?

El mercado colombiano es uno de los más grandes, es un mercado sofisticado, que cuenta con una población educada, es un mercado creciente después de muchos años de turbulencia, y vimos un futuro muy atractivo en el país.



Michael Raney
CEO Global Corporate - Latin America

➔ Estamos pensando en una operación a largo plazo, no en que ahora es un buen momento para Colombia.

Los desafíos que tiene no son distintos a los de otros países en Latinoamérica y por ello hemos mirado más allá de los impactos económicos actuales, analizamos el tamaño de la población y la penetración de los seguros que pueden estar creciendo más allá de la tasa del PIB del país, como consecuencia del crecimiento de la clase media y el aumento del poder adquisitivo de la gente. Hay que resguardar este segmento de la población para que los nuevos consumidores no pierdan su posición; los seguros son el mecanismo que tienen para protegerse de los riesgos y evitar choques que pueden resultar en la pérdida de la posición que han logrado en los últimos años.

Estamos pensando en una operación a largo plazo, no en que ahora es un buen momento para Colombia.

Sabemos que en Colombia ya está en operación la oficina de representación en reaseguros, ¿cuándo comienza la de seguros y en qué áreas?

Estamos trabajando mucho en la implementación operativa y en tener las autorizaciones necesarias para iniciar como compañía de seguros. Esperamos que esto se dé en el menor tiempo posible. Mientras tanto, con nuestra oficina de representación preparamos nuestra presencia y empezaremos a hacer negocios de reaseguro.

Ahora bien, con relación al sector seguros, al comienzo incursionaremos en el segmento de property, en las grandes empresas. En Zurich tenemos un plan negocio que se llama Global Corporate, es el único que está manejado de forma global y está presente en todas las regiones del mundo. Contamos con una propuesta de valor específica para las empresas grandes y para servir a estos clientes estaremos en todos los ramos principales del negocio. También hemos analizado las inversiones públicas y privadas en infraestructura, un área interesante para nosotros y en la que tenemos capacidad importante para respaldar este segmento.

Colombia, en los últimos seis años, ha sido un ejemplo a seguir en el campo de microseguros, ¿qué tanto avanzan ustedes en este tema?

En Latinoamérica tenemos una estrategia de multicanal, multisegmento. Nuestra operación de consumo masivo tiene su base más fuerte en Brasil. Para mí, puede haber una diferencia entre microseguros y consumo masivo, depende de donde uno ponga la definición que se tome, lo que estamos mirando en el comprador masivo es al cliente emergente que está ingresando a la clase media y al cual podemos ofrecer seguros simples, de fácil adquisición por un canal de distribución no tradicional, por ejemplo, a través de un punto de venta retail. En este campo puede haber un lugar aquí en Colombia, también para nosotros.

¿Cómo ven ustedes la regulación en Colombia?

Nuestra experiencia aquí ha sido positiva, hemos decidido establecer una compañía desde cero y la cooperación y seguimiento que hemos tenido durante el proceso ha sido buena.

En cuanto a regulaciones en general, diría que hay un movimiento en muchos países de la región, y tal vez en el mundo, para más transparencia y protección para el consumidor: En ese sentido, nosotros pensamos que ese desarrollo es importante y positivo. Vemos que vienen cambios en cuanto a solvencia, situación que va a influir positivamente en la salud y la fortaleza del mercado de seguros.

➔ Lo que vamos a conseguir de Fasecolda va a depender mucho de nuestra participación y esperamos estar con ustedes.

¿Qué opina usted del ingreso de los nuevos jugadores al mercado colombiano y cómo van a entrar a competir con los que ya tienen trayectoria en el país?

Es cierto que este es un mercado competido, pero en el mundo no hay un mercado fácil. Estamos acostumbrados a competir, lo importante es tener una visión clara del cliente y cómo quiere comprar; entender la distribución y tener una capacidad de disciplina técnica muy fuerte para poder sobrevivir y prosperar en ese tipo de ambiente.

Ustedes tienen una fundación en Zurich y nos llamó la atención el manejo de riesgos de inundación; en Colombia ese es un tema naciente, como expertos en el tema, ¿qué aporte le podrían hacer al país?



V vehículos bolívar



Usted contará con:



Lo hacemos por usted:

Un conductor para requerimientos personales (llevar a mamá al médico, recoger a los niños donde los amigos, llevar al aeropuerto a un cliente importante y todo lo que pueda necesitar)



Lo llevamos por usted

Un servicio personalizado de mensajería para llevar documentos dentro del perímetro urbano.



Valet parking exclusivo para usted

Un servicio en el cual le recibimos, estacionamos y cuidamos los autos de sus invitados. Asimismo, podrán contar con un conductor que los llevará de regreso a sus hogares.



Regreso seguro a casa

Un conductor para llevarlo seguro a casa en su vehículo, en caso de haber tomado algunos tragos.



Además de:



Grúa



Taller express



Ambulancia



Llave maestra



Hotel



Energía segura



Asistencia jurídica



Repuestos originales



Michael Raney, CEO Global Corporate - Latin America

Tenemos como misión entender al cliente y ayudarlo a conocer y protegerse de los riesgos, puede ser a través de los seguros o por otras maneras. En cuanto a los más afectados por inundaciones, desafortunadamente son personas de comunidades con pocos recursos, que no tienen cobertura, que están viviendo en zonas expuestas a inundación y otros eventos catastróficos. Hemos decidido hacer un trabajo en distintas partes del mundo, en colaboración con International Red Cross and Red Crescent; apoyamos a las comunidades para que puedan manejar este tipo de riesgos.

No necesariamente los seguros son la solución, puede haber zonas tan expuestas que realmente sería muy difícil asegurarlas, pero eso no quiere decir que no logremos hacer nada, las comunidades en sí pueden estar mucho mejor preparadas para manejar una situación de este tipo y lo que estamos haciendo es ayudarlas en ese manejo.

¿Qué los distingue de la competencia y cuál sería ese sello que ustedes imprimirían en el país?

Tenemos una propuesta de valor muy clara, eso tiene que ver con las formas de relacionarnos con el cliente

y con el corredor. Nos enfocamos en entenderlos y escucharlos para saber cuáles son sus necesidades y, en ese sentido, tenemos también que otorgar un valor más allá de un papel y una promesa.

No somos necesariamente la compañía más grande en todos los países donde operamos, pero sí podemos ofrecer la fortaleza global que tenemos, los conocimientos, las prácticas, las experiencias, los productos y las propuestas en los distintos países, pensamos que eso es una ventaja.

¿Cuál es su opinión de Fasecolda y la importancia de afiliarse al gremio?

Fasecolda nos ayudará a entender el comportamiento del mercado y su evolución y, obviamente, a nuestros competidores. Su labor es valiosa porque representa los intereses de la industria, frente al Congreso y al Gobierno; además, realiza foros técnicos donde creemos que hay un espacio importante de participación y donde eventualmente podemos mostrar liderazgo en algunos contextos.

Lo que vamos a conseguir de Fasecolda va a depender mucho de nuestra participación y esperamos estar con ustedes. 