

## Afirma el Presidente de Chubb "HAY QUE INNOVAR EN EL MERCADO DE VIDA"

*El nuevo Presidente de Chubb de Colombia Compañía de Seguros S.A., Luis Fernando Mathieu Valderrama, en entrevista concedida a Revista Fasecolda, analizó los retos enfrentados por la industria aseguradora frente a los actuales procesos de fusiones y alianzas estratégicas. Reveló, además, los planes de crecimiento de esta compañía global que en 1999 cumple cuarenta años de operaciones en nuestro país.*

*¿Cómo califica la situación actual del mercado asegurador colombiano, habida cuenta de la coyuntura económica?*

Es innegable que el sector asegurador es un termómetro de la situación económica y social del país. La actual situación económica nos golpea en cuanto a la ausencia de nuevos proyectos de inversión y, en general, de nuevos negocios. Por otra parte, en el aspecto social los índices de siniestralidad de algunos ramos reflejan el incremento de la criminalidad y el deterioro de la seguridad.

En este orden de ideas, al disminuir los ingresos y aumentar la siniestralidad, las compañías de seguros deben reducir sus gastos para así mantener una rentabilidad adecuada. Algunas compañías tendrán la necesidad de buscar alianzas que les brinden capital fresco, tecnología y nuevos productos. Lo anterior se ve reflejado a través de las fusiones y alianzas estratégicas que se están presentando tanto entre corredores de seguros como entre compañías de seguros, en la búsqueda de las ventajas que otorga la globalización.

*¿Cuáles considera que son los grandes retos que la industria de seguros deberá enfrentar en los próximos años?*

Ante todo debemos reconocer que la industria de seguros es una de las que menos ha evolucionado a lo largo del último siglo. La industria aseguradora debe sufrir una gran transformación y enfrentar una nueva era tecnológica, un asegurado cada vez más conocedor de sus riesgos y la exigencia de crear una mayor conciencia hacia la necesidad de seguros personales.

*Se está hablando mucho de los canales alternativos de distribución. ¿Cuál ha sido la experiencia de Chubb en otros países de la región y cuáles son sus expectativas para Colombia?*



**Según Mathieu, la solidez,  
la tecnología y la gente son  
las claves del éxito de Chubb.**

Los intermediarios (corredores y agentes) son la energía vital de nuestro negocio, con quienes trabajamos en equipo y buscamos, al igual que con nuestros clientes, relaciones a largo plazo. Con ellos continuaremos trabajando en los segmentos de mercado especializados.

La Bancaseguros, los grupos afines y el Internet son otros canales de distribución donde hay mucho por hacer, particularmente en lo que se refiere a seguros de personas. La experiencia de Chubb ha sido en especial en Brasil donde se ha penetrado el mercado de personas a través de diferentes alianzas con bancos.

En cuanto a Asociaciones, Federaciones y similares, Chubb ha sido muy exitoso en Chile y Argentina en programas tanto de Seguros Generales como de colectivos de Vida, diseñando productos a la medida de las necesidades de dichos grupos.

*¿Qué estrategias de crecimiento tiene Chubb de Colombia hacia el futuro?*

Uno de los nichos en el que Chubb quiere aumentar su participación es en el de seguros de personas, razón por la cual se lanzaron recientemente una serie de productos en esta área. De igual forma podría estudiarse la posibilidad de constituir una empresa de seguros de vida o realizar una alianza estratégica. Adicionalmente, se busca ampliar los canales de distribución por medio de asociaciones con bancos y otras entidades financieras.

Chubb pretende continuar diversificando la cartera de negocios ofreciendo productos especializados para sectores específicos como el financiero e, inclusive, el asegurador.

Por último, el canal de Internet juega un papel muy importante en el futuro de Chubb. Estamos desarrollando plataformas de comunicación con nuestros clientes e intermediarios y nos estamos preparando para desarrollar, a mediano plazo, comercio electrónico.

CHUBB EN CIFRAS RESULTADOS A 1998 (Millones de pesos)	
Activo	34,808
Patrimonio	14,318
Primas emitidas	23,784
Siniestros pagados	8,069
Siniestros cuenta compañía	33.3%
Producto de inversiones	3,331

Fuente: Chubb de Colombia.

*Hasta ahora, Chubb ha sido reconocido por su fortaleza en seguros industriales y altamente especializados. ¿Cómo hacer el salto a la venta de seguros de vida, donde tiene relativamente menos experiencia en el mercado local?*

Desde 1995 Chubb viene trabajando en el desarrollo de seguros de personas para grupos, tanto de accidentes personales como de grupo vida, a través de un profundo estudio de mercado y de productos. Desde el último trimestre de 1998 Chubb ha desarrollado 16 nuevos productos para vida y beneficios. Las cifras preliminares a agosto de 1999 muestran que, mientras el mercado en seguros de vida colectivos en Colombia crecía a un ritmo del 26%, nuestra compañía crecía al 72%.

Partiendo de esa fortaleza en seguros industriales y altamente especializados queremos aprovechar nuestros avances tecnológicos y el excelente servicio que ya conocen nuestros clientes para innovar en el mercado de los seguros de vida.

Finalmente, nuestra capacidad propia nos permite romper esquemas tradicionales en la venta de seguros de personas ofreciendo productos flexibles de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes.

*¿Qué implicaciones piensa tiene la entrada de Allianz y Liberty para la*

*industria aseguradora colombiana? ¿Para Chubb específicamente?*

Es de esperar que estas compañías cuando finalicen su proceso de conversión de compañías locales a globales, efectuarán un proceso similar por el que hemos pasado otras compañías de iguales características e innoven en servicios y productos.

Para Chubb, la entrada de estos jugadores al mercado representa el contar con colegas de primera línea y la oportunidad de afianzar las alianzas estratégicas con el fin de continuar con nuestro plan de crecimiento.

*¿Qué ventajas tiene Chubb como compañía extranjera? ¿Qué desventajas?*

Hoy en día ser una compañía extranjera tiene más ventajas que desventajas. El ser una compañía global le ha permitido a Chubb, a través de su amplia experiencia activa en mercados mundiales por 117 años, transferir la misma a Colombia, permitiéndonos así anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes locales.

Igualmente, nuestra experiencia mundial nos permite ofrecer productos para segmentos claves en la industria como es el caso de la electrónica, biotecnología, software, equipos médicos, instituciones financieras, sector minero y empresas generadoras de energía, entre otras.

Por último, Chubb despliega una de las más grandes organizaciones globales en control de pérdidas para el beneficio de los asegurados y como apoyo a los servicios ofrecidos por nuestros intermediarios a nuestros clientes.

Una desventaja podría ser el poseer un nombre que fuera de la industria no es conocido y que se pronuncia diferente a como se escribe. De no ser por el nombre genérico de compañía de seguros, ¡tendríamos que explicar que en "Chop" no vendemos comida China! 