

# “En 2020 lanzaremos seguros 100% digitales para las Pyme”

**SEGUROS.** CON LA VENTA DE SUS NEGOCIOS DE ARL Y VIDA INDIVIDUAL A BOLÍVAR LIBERTY SEGUROS SE ENFOCARÁ EN MODERNIZAR SU PORTAFOLIO Y OFRECER SUS PRODUCTOS DE MANERA DIGITAL

BOGOTÁ

En mayo, Liberty Seguros anunció la venta de sus negocios de riesgos laborales y de vida individual en Colombia, los cuales serían adquiridos por Seguros Bolívar si la Superintendencia Financiera daba el aval. Tras varios meses de estudio, el regulador les comunicó a las aseguradoras que daba la aprobación para hacer la transacción. Luiz Francisco Campos, CEO de Liberty Seguros, le contó a LR en qué está el proceso y cuál es el futuro de la compañía tras la venta de estos negocios.

¿Cuándo estará lista la compra-venta con Seguros Bolívar?

Desde la aprobación de la Superfinanciera, entregamos las acciones a Bolívar, y ahora estamos en un proceso de transición de los empleados, quienes estarán en las oficinas de Bolívar desde el 5 de noviembre. ARL y vida individual ya les pertenecen.

Con esta venta, ¿cómo se reestructura Liberty?

Vida grupo, exequias, accidentes personales y salud, negocios que estaban en seguros de vida, migraron a la compañía de generales. La empresa va a estar enfocada en negocios de personas y pequeñas y medianas empresas.

¿Les interesaría entrar a otros ramos?

A hoy no tenemos interés de entrar a otro ramo,

ya que nuestra estrategia es actualizar los productos que tenemos hoy para diferenciamos del mercado. Nos apalancamos en las estrategias y experiencias globales que tenemos, así que estamos trayendo muchos procesos de otros países.

Por cierto, acabamos de lanzar un producto de hogar nuevo 100% digital, que tiene coberturas más sencillas pero amplias. Ese es nuestro foco, transformar la compañía en una digital, no solo internamente, sino también hacia afuera. Además, antes de digitalizar estamos simplificando los procesos.

De sus productos actuales, ¿cuál será el próximo en actualizarse?

El próximo lanzamiento, para 2020, es de las Pyme. Sacaremos seguros digitales personalizados para cada negocio. Si un restaurante tiene determinado riesgo, no hay por qué contratar lo mismo que un 'pet shop'. Esto es diferencia de nuestra oferta actual, en la que una Pyme hoy tiene todas las coberturas para todos los negocios.

Luiz Francisco Campos, CEO de Liberty Seguros.  
Dídier Vargas / LR

Hoy ya tenemos tres productos totalmente digitales: autos, hogar y cumplimiento.

Recientemente se definió que el seguro 'Antispace' será obligatorio desde 2021. ¿Ofrecerán de estas pólizas?

Ya ofrecemos productos de construcción y vamos a seguir ofreciendo, no es muy comercializado, pero va a hacer parte de nuestra renovación. Es un producto cuyo pedido de cotización y la emisión va a ser digital, pero hay cierta interacción entre el cliente y la compañía, porque hay necesidad de un análisis de riesgo.

¿El camino para las aseguradoras es ser digitales?

Hoy se habla mucho de ser digital, que para mí no debe ser solo hacia los clientes, sino también internamente. La razón de ser no debe ser solo por reducir costos, sino que sea por volver la compañía más eficiente, para poder proveer un mejor servicio a un precio justo. No hay otra opción.

¿Cuánto están invirtiendo en Colombia para esta transformación hacia lo digital?  
Alrededor de 20% de nuestros gastos

son inversiones en este cambio digital.

¿Cuáles son los objetivos de crecimiento con esta reestructuración?

La compañía tiene como reto crecer siempre por encima del mercado. Con todos estos cambios de estructura, esperamos que de 2020 a 2021 podamos crecer dos o tres puntos encima del mercado, es decir entre 7% y 9%.

Han tenido algunas experiencias en microseguros. ¿Se fortalecerán en este producto?

Tenemos algunos canales de distribución y creo que es importante porque es una forma de inclusión, pero tenemos que ver cómo desarrollamos ese canal, ya que vender microseguros es muy costoso, porque las primas son bajas para todo el proceso de comercialización. Todavía no es algo que podamos hacer en grandes cantidades.

HEIDY MONTERROSA BLANCO  
hmonterrosa@larepublica.com.co



Wilson Triana  
Experto en banca y seguros

“Vender no necesariamente significa que Liberty perderá participación en el mercado, sino que busca fortalecer su foco en seguros generales”.

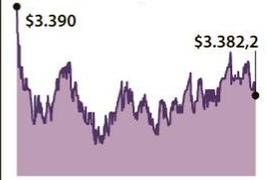
75%  
DE LOS SINIESTROS DE AUTOMÓVIL SON REPORTADOS EN EL SITIO WEB DE LIBERTY POR LOS CLIENTES.

Síguenos en:  
www.larepublica.co  
Con la entrevista completa al CEO de Liberty Seguros en Colombia.



## DÓLAR INTRADÍA

Mínimo	\$3.378,25
Promedio	\$3.382,18
Máximo	\$ 3.390



8:00 am. 1:00 pm.  
Fuente: Grupo Aval, Set FX Gráfico: LR, VT

## El dólar perdió \$13,07 frente a la TRM por mejoría en el comercio internacional

BOGOTÁ

El dólar inició la semana nuevamente a la baja, pues alcanzó un precio promedio de \$3.382,18, lo que representó una caída de \$13,07 frente a la Tasa Representativa del Mercado (TRM), que se ubicó en \$3.395,25.

La divisa abrió la jornada con un valor de \$3.390, que fue el precio máximo, y su cierre fue de \$3.382,20. Y el mínimo registrado fue \$3.378,25.

Al igual que los últimos días de la semana pasada, la tasa de cambio se mantuvo a la baja por la entrada de grandes flujos debido a la OPA del Grupo Exito, cuyo inicio fue ayer.

Además, el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, dijo que esperaba firmar buena parte del acuerdo comercial con China antes de lo previsto, aunque no dio fechas concretas.

“Probablemente buscamos adelantarnos al cronograma para firmar una gran parte del acuerdo con China, lo llamaremos Fase Uno, pero es una gran parte”, dijo a periodistas en la Base Conjunta Andrews, según reportó Reuters.

Por esa posibilidad de que ambas economías le pongan fin a sus diferencias comerciales, la aversión al riesgo estaría disminuyendo, haciendo a los mercados emergentes como Colombia más atractivos para los inversionistas.

En cuanto a los precios del petróleo, el barril de WTI cerró con una baja de 1,5%, hasta US\$55,81. Igualmente, el barril de Brent tuvo una caída de 0,73%, por lo que llegó a US\$61,57.

HEIDY MONTERROSA BLANCO  
hmonterrosa@larepublica.com.co



## 83 CUMBRE CAFETERA

Futuro de los cafés especiales en el mercado mundial

Jacobo Paz  
Presidente del Consejo Nacional del Café CONCAFÉ

Desafíos de la caficultura en Honduras

CARTAGENA HOTEL HILTON

6 Y 7 NOVIEMBRE

