RESPONDEN REFERENTES DE IBEROAMÉRICA

¿Qué debe hacer hoy el Productor Asesor del mañana?

Los presidentes de los organismos que representan a los Productores de Seguros de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, España, Panamá, Perú y Uruguay, junto a la ex titular de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros, fueron entrevistados por *SEGUROS* para tener un amplio panorama regional sobre el presente y futuro de la actividad. Muchos puntos en común entre los diferentes mercados y una visión coincidente sobre el camino que debe transitar el PAS para ganar cada vez más relevancia y que, lejos de competir, la tecnología sea una aliada para potenciar su tarea y llegar a nuevos clientes.

Transitamos un momento de la historia singular, con desafíos inéditos, consecuencias económicas, sociales y humanas sin precedentes, pero que a la vez abre el camino hacia nuevos horizontes, con oportunidades que pueden y deben ser capitalizadas por el mercado asegurador. Y en especial, por quienes motorizan a este negocio, los Productores Asesores de Seguros.

La pandemia se ha prolongado más de lo esperado, no ha hecho discriminación por país ni estrato social, y trajo consigo cambios que en muchos casos llegaron para quedarse. En esta nota, exploramos su impacto en la industria de seguros de Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Panamá, Perú y Uruguay, particularmente en lo que hace a la intermediación.

Los directivos, de larga trayectoria en sus mercados, nos dan su visión sobre cómo está preparado el Productor/Corredor/Mediador/Agente de Seguros -variando su nombre según el país que se trate- en materia de transformación digital y qué aconsejan que debe hacer para aliarse con la tecnología y que eso le permita ganar aún más posicionamiento, visibilidad y referencia por parte de asegurados y asegurables.

En ese marco, ser cada vez más profesional es una condición ***sine qua non,*** lo que implica capacitarse permanentemente, por lo que se indaga sobre los aspectos centrales en los que se trabaja en cada país y en los cuales los PAS deben focalizarse.

Las amenazas que casi todos visualizan son las mismas, como así también el convencimiento de las grandes fortalezas que los Productores tienen para enfrentarlas y, en muchos casos, convertirlas en oportunidades.

¿Cómo imaginan al Productor/Corredor/Mediador/Agente de Seguros una vez superada esta pandemia? ¿Qué hacer hoy para ganar protagonismo mañana? En esta nota, todas las respuestas…

ÍNDICE

1 . **¿Cómo es la situación actual del Productor y Corredor en su país en el marco de la actual pandemia y qué rol viene teniendo en este contexto inédito?** ›42

2 . **¿Cuán preparado está hoy el Productor y Corredor en materia de transformación digital y qué debe hacer para potenciarse con la tecnología y ganar relevancia?** ›44

3 . **¿En qué aspectos se está trabajando en su país en materia de capacitación y se debe hacer foco pensando en la profesionalización del Productor y Corredor?** ›46

4 . **¿De qué manera imaginan al Productor y Corredor en la era post pandemia y en qué debe focalizarse hoy para marcar la diferencia a futuro?** ›48

AMENAZAS Y OPORTUNIDADES ›50



JORGE SUXO ITURRY

- **País:** Bolivia
- **Estudios:** Lic. en Administración de Empresas y Corredor de Seguros
- **Cargo institucional:** Presidente de la Asoc. Boliviana de Corredores de Seguros y Reaseguros (ABOCOSER)
- **Actividad privada:** Presidente de Consultores de Seguros S.A.



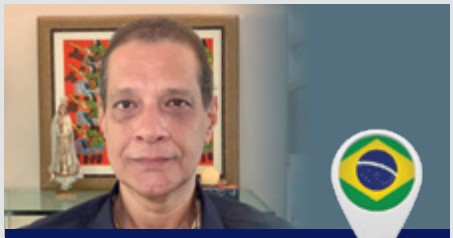
JAVIER BARBERÁ FERRÉ

- **País:** España
- **Estudios:** Mediador de Seguros
- **Cargo institucional:** Presidente del Consejo General de Mediadores de Seguros de España
- **Otras actividades:** Presidente de la Escuela de Negocios de Seguros (CECAS) y del Colegio de Mediadores de Lleida



YELENA QUINTERO DE ALVARADO

- **País:** Panamá
- **Estudios:** Licenciatura en Finanzas y MBA
- **Cargo institucional:** Presidente del Colegio Nacional de Productores de Seguros (CONALPROSE)
- **Actividad privada:** Socia Directora de Prevenza Asesoría y Seguros



ARMANDO VERGILIO DOS SANTOS JUNIOR

- **País:** Brasil
- **Estudios:** Corredor de Seguros
- **Cargo institucional:** Presidente de la Federación Nacional de Corredores de Seguros Privados y Reaseguros (FENACOR)
- **Actividades pasadas:** ex Superintendente de Seguros Privados (SUSEP) y ex diputado nacional en Brasil, entre otros cargos



ELISABETH VOGT LÓPEZ

- **País:** México
- **Estudios:** Licenciatura en Contabilidad
- **Cargo institucional:** ex Presidente Nacional de la Asoc. Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC)
- **Actividad privada:** CEO de Protección Dinámica Agente de Seguros y de Fianzas



GIULIO VALZ-GEN RIVERA

- **País:** Perú
- **Estudios:** Administrador de Empresas, CPCU Property & Casualty
- **Cargos institucionales:** Presidente de la Asoc. Peruana de Empresas de Corredores de Seguros (APECOSE) y Presidente 2021-2022 de la Federación Mundial de Intermediarios de Seguros (WFII)
- **Actividad privada:** Gerente General de Contacto Corredores de Seguros



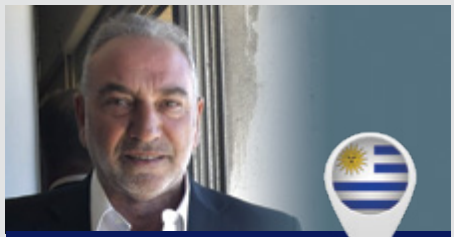
CLAUDIA ISABEL GONZÁLEZ SÁNCHEZ

- **País:** Colombia
- **Estudios:** Abogada especialista en Legislación Financiera
- **Cargo institucional:** Presidente Ejecutiva de la Asociación Colombiana de Corredores de Seguros (ACOAS)
- **Actividades pasadas:** ex Secretaria Jurídica de la Presidencia de la República y ex Secretaria General del Ministerio de Hacienda



LEOPOLDO BRICEÑO MUÑOZ

- **País:** Chile
- **Estudios:** Corredor de Seguros
- **Cargo institucional:** Presidente del Colegio de Corredores de Seguros y Asesores Previsionales de Chile
- **Actividad privada:** Gerente de B&A Productores de Seguros



ALBERTO PANETTA

- **País:** Uruguay
- **Estudios:** Terciarios en Lic. Organización y Técnica del Seguro
- **Cargo institucional:** Presidente de la Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros (CUAPROSE)
- **Actividad privada:** Director de Panetta & Asociados Seguros

1. ¿Cómo es la situación actual del Productor y Corredor en su país en el marco de la actual pandemia y qué rol viene teniendo en este contexto inédito?

> *"2021 es el año de la consolidación del corredor de seguros como el gran proveedor de soluciones para la población"*
>
> **ARMANDO VERGILIO DOS SANTOS JR.**
> **BRASIL**

El corretaje de seguros, como en todo el mundo, está sufriendo un colapso muy pronunciado en sus actividades cotidianas. Nuestra tarea de asesoramiento no puede tener pausa ni descanso por la atención que demanda la cartera de clientes en todos los rubros.

Especialmente en el rubro de la bancaseguros, que en nuestro caso el gobierno dispuso un diferimiento de pago en las cuotas bancarias, que incluyen la prima del seguro. Eso ha causado un grave detrimento en la suscripción y producción de comisiones.

En Brasil, hay algo más de 108 mil corredores de seguros activos, de los cuales unos 48 mil son empresas y 60 mil personas. Al inicio de la pandemia, la categoría se vio obligada a adaptarse en pocos días al nuevo escenario de aislamiento social, teniendo que atender a los clientes e interactuar con las aseguradoras de forma totalmente remota. A pesar de las dificultades, la adaptación fue muy rápida, reforzando el alto grado de resiliencia y profesionalismo de los corredores de seguros.

Este escenario sin precedentes, provocado por la mayor crisis de salud pública del mundo en los últimos 100 años, trajo efectos significativos en los negocios de los corredores. Por varios factores. Primero, porque el entorno remoto permitió un aumento significativo en el promedio diario de servicio al cliente y con la ayuda de la tecnología, las aplicaciones y redes sociales, fue posible duplicar o triplicar los contactos. El resultado fue el crecimiento del negocio realizado por los corredores.

Además, la pandemia ha aumentado la percepción de riesgo en la población brasileña, sus miedos y ansiedades: creció la demanda de seguros de vida y de salud e incluso de protección de la propiedad. En este contexto, 2021 es el año de la consolidación del corredor de seguros como el gran proveedor de soluciones para la población brasileña, que ve a este profesional como aquel que está capacitado para actuar como asesor y consultor en todo momento. El desempeño de los corredores ha permitido que el mercado de seguros brasileño figure entre los segmentos de la economía que ha mantenido una tendencia de crecimiento durante la pandemia. Hubo un ligero avance en 2020 y, en el primer trimestre de este año, la recaudación del sector aumentó 10,3% respecto al mismo período del año pasado.

Sin embargo, queda un largo camino por recorrer y la necesidad de ampliar aún más la comprensión de la población brasileña sobre el papel estratégico que desempeñan los seguros es indispensable e inevitable.

En el caso de Chile, no se observan cambios fundamentales en cuanto a la producción debido a la pandemia, y las ventas se han mantenido en promedio en el mismo nivel de los años 2019 y 2020.

La labor del corredor, gracias a un adecuado servicio y buena calidad de internet en el país solo ha tenido que actualizarse en cuanto a la tecnología para entregar el servicio a distancia, lo que ha facilitado el trabajo desde la casa. Por lo que la Industria se encuentra privilegiada al encontrar, usar y resolver las oportunidades de esta crisis, lo que ha fortalecido al corredor pequeño y mediano. El rol del corredor frente al cliente ha mejorado la visión y la importancia de la atención profesional que se tenía antes de la pandemia.

En Colombia, el corretaje es el canal más importante de venta y comercialización de seguros y pese a las dificultades derivadas por la pandemia del Covid-19, ha sabido responder a las necesidades de los clientes y del sector asegurador, siendo entonces un apoyo indispensable para brindar un oportuno y eficiente servicio.

La pandemia hizo visibles riesgos que antes no tenían tanta relevancia, y muchas personas y empresas han acudido a los corredores de seguros, para analizar su situación y revisar planes de aseguramiento que se adapten a las necesidades y riesgos actuales.

La pandemia, como en otros sectores de la economía, ha supuesto un cambio de hábitos de consumo en algunos casos, y el refuerzo de aquellos que se basaban en la cercanía entre el cliente y el proveedor. Esto ha supuesto en general una revalorización de la figura del agente y corredor de seguros, cuya estrategia de negocio está basada precisamente en la relación continua con el cliente.

La tecnología ha suplido el contacto físico, y en este sentido el mediador de seguros ha hecho en general un uso eficiente de la misma. Evidentemente, la crisis económica con los cierres de empresas y negocios, y las dificultades de numerosas familias como consecuencia de ello ha sido la otra cara de la moneda.

Las autoridades mexicanas determinaron la función del intermediario de seguros como esencial y ello permitió mantener nuestras actividades para la atención de clientes y prospectos, especialmente quienes se vieron afectados por la pandemia. El rol del agente ha sido muy apreciado tanto por aseguradoras como por clientes, especialmente en la coordinación de casos de enfermos por Covid-19.

Por otro lado, la crisis económica que se ha dado gracias a la pandemia nos ha obligado a buscar nuevas formas de venta a costos más accesibles, con las mejores condiciones y nuevas opciones de seguros de acuerdo a las necesidades actuales de los clientes.

El corredor de seguros panameño ha jugado un rol sumamente importante durante esta pandemia. En Panamá, los corredores de seguros no han cesado sus labores desde que inició la crisis de salud y rápidamente se adaptaron a las medidas impuestas por el Estado en materia de movilidad y confinamiento. En este sentido, se demostró que los profesionales del corretaje representan un eslabón inquebrantable entre los asegurados y las compañías de seguros.

El corredor desde su teletrabajo siguió y sigue brindando el servicio que requieren los clientes asegurados y hemos tenido que adaptar las plataformas tecnológicas con la finalidad de no impactar de forma negativa la agilidad y el servicio que necesitan los clientes.

El rol del corredor de seguros en el mercado peruano ha sido fundamental en la gestión y administración de casos de Covid-19 durante la presente pandemia. Se cumplió con informar adecuadamente a los asegurados sobre las condiciones de sus contratos y en especial sobre las coberturas básicas y adicionales, exclusiones, deducibles, de todas las pólizas potencialmente involucradas en el tema del Covid-19 como las pólizas de salud, vida, lucro cesante, responsabilidad civil y D&O.

Adicionalmente a ello, la participación del corredor en la atención de casos de Covid-19 fue excepcional, siendo gestores de cartas de garantía para la hospitalización de los enfermos, obtención de camas UCI en todos los casos en que eran requeridas y gestionamos muchas evacuaciones de emergencia tanto en ambulancia terrestre como aérea. Así, se consolidó la presencia del corredor como un actor fundamental para la estabilidad y previsibilidad de la sociedad en general, al haber contribuido no sólo como un proveedor de servicios sino como socios y garantes del bien común.

La actividad aseguradora en Uruguay ha seguido las recomendaciones del gobierno y automáticamente el 13 de marzo del 2020 se pasó a la modalidad de teletrabajo. En esta pandemia, se ha fortalecido el rol del corredor asesor de seguros, ya que el asegurado percibió una vez más nuestra respuesta ante las inquietudes planteadas por caídas de coberturas, inconvenientes de cobranzas y liquidaciones de siniestros.

Las compañías de seguros han utilizado con mayor énfasis el canal del corredor de seguros, para recibir de primera mano las necesidades del mercado y poder dar una rápida respuesta por nuestro intermedio. El cliente pudo constatar que sin importar el horario se pudo comunicar con su Productor de Seguros para exponer su problemática, recibiendo una solución personalizada, rápida y certera.

"El rol del corredor frente al cliente ha mejorado la visión y la importancia de la atención profesional que se tenía antes de la pandemia"

LEOPOLDO BRICEÑO MUÑOZ, CHILE

2 . ¿Cuán preparado está hoy el Productor y Corredor en materia de transformación digital y qué debe hacer para potenciarse con la tecnología y ganar relevancia?

Siempre será una incógnita determinar si todos estábamos preparados en lo digital para atravesar el período de la cuarentena decretada a nivel mundial. La tecnología debe ser actualizada permanentemente y esa es la principal lección en este rubro, de lo que nos dejará el Covid-19.

El corredor de seguros brasileño está bien preparado, pero este es un proceso interminable y necesita estar constantemente actualizado. La formación es vital para el futuro del corredor de seguros, al igual que el uso de herramientas tecnológicas disponibles, apps y redes sociales. El nuevo consumidor es completamente digital, no le gusta perder mucho tiempo en reuniones y quiere respuestas rápidas y objetivas a todas las demandas. El corredor debe estar listo para atender a este cliente.

Sin embargo, como el mercado asegurador es muy técnico, el corredor deberá estar atento para atender estas demandas sin correr el riesgo de brindar información inadecuada a través de los canales digitales. Generar una mala interpretación puede hasta derivar en ser sancionado por ello, siendo un riesgo que crecerá mucho y merece toda la atención.

Además, el uso de nuevas tecnologías requiere inversiones que el corredor no siempre tendrá disponible. Como resultado, es aconsejable formar parte de asociaciones -tal el caso de FENACOR- para respaldar nuevos costos.

“Se demostró que los profesionales del corretaje representan un eslabón inquebrantable entre los asegurados y las compañías de seguros”

YELENA QUINTERO DE ALVARADO, PANAMÁ

La respuesta es variada y depende mucho de la edad del corredor. Naturalmente, los jóvenes llevan la tecnología desde hace bastante tiempo y se actualizan rápidamente, a diferencia del corredor de seguros más antiguo, que encuentra mayor dificultad para aprender y relacionarse en el mundo digital. La preparación dependerá de los nichos de negocios que cada uno quiera potenciar.

Los corredores de seguros probaron su muy buena capacidad de adaptación y esta depende directamente de las necesidades de los clientes. Aquellos corredores que son multinacionales tienen algunos avances que facilitan la implementación de nuevas soluciones tecnológicas que ya se están implementando en otros países.

Pero la realidad es que el sector de corretaje y asegurador en general todavía tienen un camino por recorrer y ahora viene acompañado de legislación que abre la posibilidad para innovar e implementar tecnología que simplifique procesos de los intermediarios y aseguradoras, siempre en función de los clientes finales.

El mediador de seguros viene demostrando desde hace años que aquellas transformaciones digitales que tienen una aplicación inmediata, las incorpora con enorme rapidez a su negocio, en parte porque es muy consciente de que ello le permite mantener el contacto con el cliente que considera vital.

Sin embargo, aquellas que requieren una planificación, un proceso de ejecución largo en el tiempo, y en las que el resultado no es inmediato, son todavía para muchos agentes y corredores una asignatura pendiente.

La pandemia nos ha obligado a un mayor uso de las herramientas tecnológicas y por consiguiente hoy somos más modernos. Nos ha demostrado que en el mundo de hoy debemos optimizar costos y acelerar procesos, y esto se logra con la digitalización y capacitación constante en temas

tecnológicos. Es necesario que a través de asociaciones como AMASFAC se desarrollen herramientas tecnológicas que ayuden más a los intermediarios.

En resumen, debemos tener capacitación constante y mantenernos a la vanguardia tecnológica en nuestro sector para poder seguir siendo protagonistas. A pesar de todo lo mencionado, un punto fundamental es conservar la relación personal con los clientes para mantener su confianza al entender sus necesidades de aseguramiento y ser asesores profesionales e integrales.

El corredor de seguros, en materia digital, debe tener claro que nunca es suficiente y más ahora con esta pandemia que nos obliga a adaptarnos. El mundo cambió y con él debemos cambiar también nosotros como profesionales del corretaje. Los clientes quieren velocidad de respuestas, eficiencia administrativa y rapidez en sus trámites, por lo que debemos mantenernos al día con estos cambios para no quedarnos atrás. Si bien es cierto que la transformación digital y el ofrecimiento de seguros a través de la web son una amenaza, depende de nosotros hacer la diferencia. Jamás será lo mismo el trato personal y la asesoría directa que la compra en web.

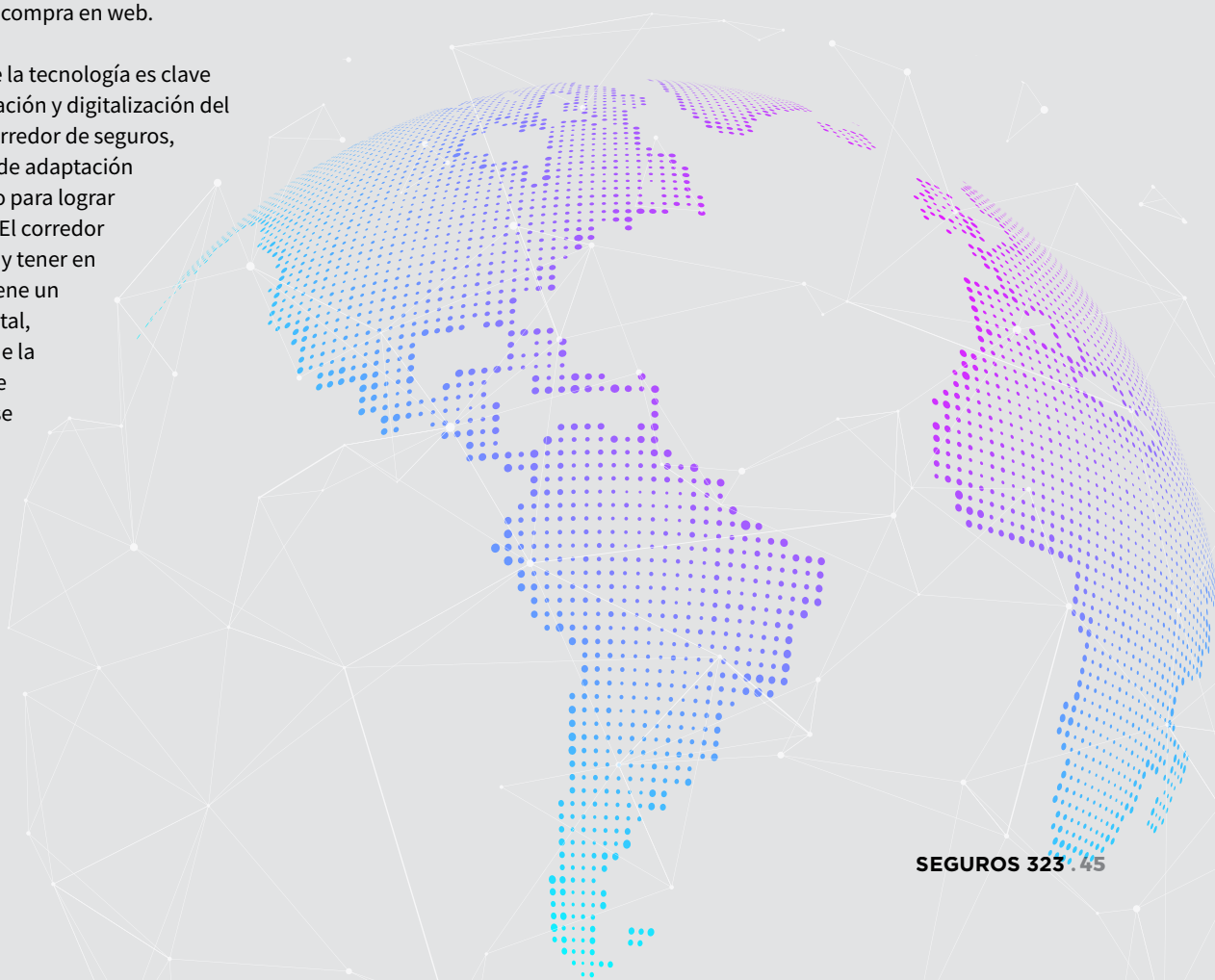
No cabe duda que la tecnología es clave para la transformación y digitalización del servicio que brinda un corredor de seguros, y para ello la flexibilidad de adaptación es un factor clave de éxito para lograr este importante cambio. El corredor actual debe reinventarse y tener en consideración que hoy tiene un nuevo cliente, nativo digital, más informado, por lo que la oferta de seguros debe de estar estructurada en base a plataformas digitales de gestión que lo lleven a crear un ecosistema donde los actores fundamentales son la calidad de la data, la velocidad de distribución y la eficiencia de los procesos, los que permitirán el acceso a nuevos mercados y clientes.

Si bien los corredores de seguros se encontraban en un proceso de transformación digital, el marco de la pandemia aceleró ese proceso. El mercado asegurador es dinámico y pese a la coyuntura sigue en crecimiento, por lo cual el corredor sigue invirtiendo en equipamiento, software y comunicaciones para poder dar respuesta a las necesidades de los asegurados.

Lo que se debe hacer es seguir con los planes de inversión en el desarrollo de herramientas digitales, que le permitan al corredor optimizar sus tiempos y gastos, bajar la carga administrativa y dedicarse a producir y expandir el portafolio de clientes.

“Debemos tener capacitación constante y mantenernos a la vanguardia tecnológica en nuestro sector para poder seguir siendo protagonistas”

ELISABETH VOGT LÓPEZ, MÉXICO



3 . ¿En qué aspectos se está trabajando en su país en materia de capacitación y se debe hacer foco pensando en la profesionalización del Productor y Corredor?

Definitivamente, sin capacitación no se llega a ninguna parte en ninguna actividad. La asociación que presido (ABOCOSER) está en plena implementación de la Escuela Nacional de Seguros y esperamos que sea la luz que ilumine a la juventud que trabajará en esta noble tarea de asesor, con ética y profesionalidad a quienes no saben de seguros.

FENACOR viene ofreciendo una serie de servicios, prestaciones y formación para que el corredor de seguros esté bien preparado para actuar en el nuevo escenario que se presenta. En este momento, estamos preparando un ciclo de eventos virtuales *"Conexão Futuro Seguro 2021"*, cuya programación se basará en innovación, emprendimiento y lo digital. Entre junio y agosto, realizaremos nueve etapas regionales y, finalmente, un gran evento nacional, con un enfoque en el nuevo comportamiento del consumidor y la realidad actual del mercado. La idea es asesorar sobre el uso correcto de lo digital, ya sea en prospección, negociación, marketing, comunicación con el cliente o comportamiento.

FENACOR desarrolló y ofrece a los corredores de seguros una herramienta para adaptarse a lo dispuesto en la Ley General de Protección de Datos. Creamos el sitio web www.segurocomcorretor.com.br, que es un portal de búsqueda en el que las personas pueden encontrar un corredor más cercano a su hogar y según el campo de actividad del profesional.

También contamos con seguros de vida e indemnizaciones profesionales desarrollados específicamente para las necesidades del corredor de seguros, formamos alianzas para preparar al corredor que quiera trabajar en la venta de productos financieros, tenemos una fuerte presencia en las redes sociales e, institucionalmente, somos reconocidos por nuestro Congreso Nacional, donde hemos alcanzado muchos logros para los corredores.

"El corredor actual debe reinventarse y tener en consideración que hoy tiene un nuevo cliente, nativo digital y más informado"

GIULIO VALZ-GEN RIVERA, PERÚ

Este tema lo han enfocado bien tanto el Colegio de Corredores como las compañías de seguros, pero estas últimas más que un tema de capacitación profesional, lo han centrado en el uso de herramientas que ellas han diseñado para poder automatizar sus procesos. Todo a través de charlas virtuales.

En cambio, el Colegio de Corredores cuenta con diferentes cursos de actualización para corredores de seguros, utilizando una plataforma propia de Aula Virtual, entregando de esta manera las herramientas necesarias para el desarrollo profesional.

La actividad de intermediación de seguros es regulada y estrictamente supervisada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Estamos de acuerdo que la idoneidad del personal que comercializa seguros es indispensable para brindar servicio de calidad y respetar los derechos de los consumidores financieros. Es por ello que los corredores de seguros deben velar porque las personas que ejerzan la intermediación, en su nombre y representación, certifiquen su idoneidad técnica y renueven sus conocimientos en seguros periódicamente mediante cursos de actualización y exámenes que avalen su expertise en la materia.

Adicionalmente, Colombia cuenta con un Sistema Unificado de Consulta de Intermediarios de Seguros (SUCIS), a cargo de la Superintendencia, en el que cada aseguradora y corredor de seguros, debe reportar las personas que están autorizadas para comercializar los seguros en nombre de ellas.

Por lo anterior, la actividad de intermediación de seguros colombiana es profesionalizada, regulada y vigilada, velando por mantener un alto

estándar que asegure la correcta comercialización de los seguros y servicios asociados.



España ha sido un país que hace muchos años incorporó la obligatoriedad de realizar una formación evaluable de acceso a la profesión. Además incluyó la necesidad de mantener una actualización periódica de conocimientos. Es un buen punto de partida para garantizar la profesionalidad y capacidad técnica del mediador de seguros.

Desgraciadamente, los últimos y recientes cambios en la legislación han venido a romper la tendencia de niveles de exigencia respecto a la formación inicial, sobre todo de los corredores, reduciendo en un 40% las horas necesarias para ejercer.

También se ha producido una malentendida "liberalización de la formación" respecto a los centros que pueden impartirla, de tal manera que se aleja mucho, por ejemplo, del modelo de las entidades bancarias. De no modificarse este aspecto, a medio plazo, corremos el riesgo de incorporar al sector, profesionales sin los suficientes conocimientos técnicos con un perjuicio evidente para el asegurado. Otro aspecto también cuestionable es la distribución de las materias. Se impone una carga excesiva en áreas puramente financieras que poco tienen que ver con el marco real de la distribución de seguros en España, a pesar de que todos somos conscientes de la importancia de este campo.

Entre los aspectos positivos, cabe destacar la obligación de que la formación continua se extienda a prácticamente todos los que intervienen en la distribución de seguros.



La oferta de conferencias de formación y desarrollo se han triplicado y también el nivel de asistencias gracias a la opción de poder participar de manera virtual. Inclusive hoy se puede asistir a Congresos en otros países desde casa.



En Panamá existen algunos cursos y diplomados en seguros avalados por la Superintendencia de Seguros y Reaseguros y por el Ministerio de Educación, pese a lo cual aún no contamos con una carrera de Seguros como consideramos se requiere.

Las compañías de seguros han jugado un papel importante en la capacitación de corredores de seguros en nuestro país, sin embargo hay mucho por hacer aún en este sentido. Los gremios de corredores de seguros también se mantienen activos organizando congresos, capacitaciones y docencia a sus asociados, como es el caso del Colegio Nacional de Corredores de Seguros del cual soy la presidenta y donde siempre la meta es profesionalizar al corredor de seguros.

> *"La capacitación es fundamental, ya que hace la diferencia entre los corredores de seguros y otros canales no profesionales que tratan de vender seguros"*
>
> **ALBERTO PANETTA**, URUGUAY



En el Perú, desde hace 40 años formamos especialistas en temas de seguros y reaseguros. Nuestro propósito busca llamar la atención de los jóvenes para convertirlos a través de la formación y la actualización académica, en profesionales en la industria del seguro.

Consideramos de suma importancia contribuir con la formación y capacitación de los agentes y corredores de seguros como de los funcionarios y trabajadores de las compañías aseguradoras, ajustadores de seguros y gerentes de riesgos en general. Hoy en día, la expansión de la conexión digital facilita el poder brindar capacitaciones en los distintos temas, tanto regulatorios, técnicos y comerciales que requieren nuestra profesión.



La capacitación es un tema fundamental en nuestra actividad, ya que hace la diferencia entre los corredores de seguros y otros canales no profesionales que tratan de vender seguros. El conocimiento, la actualización, la percepción a los cambios, *aggionarse* a los tiempos que corren es el objetivo de nuestra cámara y brindar a nuestros asociados información y permanente capacitación es nuestro deber.

Hemos venido trabajando en cursos de actualización con compañías de seguros locales y regionales para que los corredores tengan a su disposición una capacitación en distintas ramas del seguro. Puntualmente, CUAPROSE junto a otras asociaciones de corredores, estamos integrando la Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay que además de perseguir la matrícula del corredor, tiene como objetivo la profesionalización de nuestra actividad y la capacitación a todos la que la integran.

4 . ¿De qué manera imaginan al Productor y Corredor en la era post pandemia y en qué debe focalizarse hoy para marcar la diferencia a futuro?

"Hay que reinventarse con modalidades más acordes a un mundo muy moderno y de alta conectividad"

JORGE SUXO ITURRY, BOLIVIA

El corredor debe estar muy actualizado con los alcances de los servicios online y digitales. El intermediario debe mejorar su oferta de servicios para dar las coberturas adecuadas a los nuevos tiempos que se instalarán en nuestro "modus vivendi" a consecuencia de la pandemia. Hay que reinventarse con modalidades más acordes a un mundo muy moderno y de alta conectividad.

Existe un amplio mercado que debe explorar el corredor de seguros, porque históricamente existe una demanda reprimida. Prueba de ello es que la participación de los seguros en el PIB brasileño fluctúa alrededor del 5%, la mitad de lo que se registra en varios otros países.

Por supuesto, la inestabilidad de la economía y el bajo poder adquisitivo de una parte importante de la población, terminan inhibiendo la búsqueda de seguros. Pero vemos con el Covid-19 un aumento significativo en el deseo de la sociedad por la protección, por lo que es probable que haya una expansión del sector en la post pandemia.

Será necesario diversificar el negocio, explorando oportunidades extremadamente prometedoras, como actuar como agentes de inversión.
El mercado financiero, en poco tiempo, será un gran paso para el corredor de seguros calificado. El futuro es prometedor, pero solo para aquellos que estén preparados para afrontar nuevos retos.

El trabajo online será acompañado de visitas cada vez que sea necesario para fidelizar a los clientes. Sin perjuicio de esto, creemos que a futuro todo será de forma virtual: reuniones, ventas y cierre de negocios. Esta pandemia ayudó a que la era digital acortara sus tiempos de desarrollo, provocando asimismo que el corredor acelerara su aprendizaje en todas las formas tecnológicas para mantener su cartera de clientes. El intermediario post pandemia deberá ser capaz de hacer un "mix" entre la calle y la oficina/hogar para estar a la altura de clientes con diferentes tipos de atención.

"Los corredores debemos trabajar en lograr una cultura de aseguramiento, y que las personas y empresas entiendan y valoren la importancia de contar con respaldo"

CLAUDIA GONZÁLEZ SÁNCHEZ, COLOMBIA

Los corredores tienen la tarea de mantener y mejorar su servicio. En los últimos años y con la pandemia se han evidenciado nuevos riesgos y necesidades de aseguramiento, y se hace imperativo darle importancia a riesgos asociados a la violación de datos, costo de notificación, responsabilidad de terceros, interrupción de negocios, extorsión cibernética, daños a la reputación, entre otros.

Así también, los corredores y todo el sector asegurador debemos trabajar en lograr una cultura de aseguramiento, y que las personas y empresas entiendan y valoren la importancia de contar con respaldo, que los cubra en caso de siniestro, pero que también tengan programas de prevención para mitigar su ocurrencia.

La receta no ha cambiado demasiado con los años: formación, contacto permanente con el cliente, y adaptación a los cambios tecnológicos y sociales.

El corredor debe hacer énfasis en su permanente capacitación y desarrollo. Eso implica un mayor dominio de herramientas tecnológicas para lograr estar más digitalizado.

Debe contar con una visión global, enfrentando nuevos riesgos gracias al cambio climatológico, entre otros. Y avanzar hacia un papel más de administrador de riesgos, siendo a la vez más empático hacia el cliente.

4 . ¿De qué manera imaginan al Productor/ Corredor en la era post pandemia y en qué debe focalizarse hoy para marcar la diferencia a futuro?

El corredor de seguros post pandemia debe saber que el mundo cambió, los clientes están más preocupados por mantener una cobertura robusta, con términos y condiciones que lo amparen verdaderamente.

El intermediario debe estar preparado en el área técnica y conocer bien los productos que ofrece, de manera de brindar a su cliente una seguridad de lo que está comprando. El corredor de seguros es el de hoy y debe estar preparado para el mañana. Y en ese sentido, el conocimiento ¡es poder!

El corredor de seguros del futuro debe estar preparado para administrar su negocio de una manera diferente, acelerando los procesos claves, la gestión integral de administración de cartera e identificando los "touch points" y puntos de dolor de sus clientes. Debe contar con un amplio conjunto de habilidades para transitar este camino de transformación y digitalización.

La experiencia adquirida desde el comienzo de la pandemia nos ha mostrado cambios paradigmáticos y muchos de esos cambios llegaron para quedarse. Las formalidades han quedado en otro plano, las relaciones humanas sin dudas se han modificado, todo se humanizó y la interacción con las aseguradoras y nuestros clientes ha cambiado. Un ejemplo es el uso de distintas plataformas virtuales de comunicación para reunirnos con ellos.

Nuestros clientes se transformaron y nuestra actividad tiene que acompasar esa transformación. Junto a las compañías de seguros debemos transitar por el camino de la adaptación y habiendo confirmado la importancia del corredor de seguros en el contacto con el cliente, las aseguradoras deben apoyar el canal de los Productores Asesores de Seguros profesionales con un desarrollo tecnológico importante, ya que es el principal canal de ventas según lo confirman los hechos.

Es necesario que nos capacitemos permanentemente, ya que las nuevas tendencias del consumidor han llevado a las compañías de seguros al desarrollo de muchas nuevas coberturas que debemos asesorar correctamente. Debemos seguir con la transformación tecnológica y digital, utilizar los nuevos canales alternativos para llegar a nichos específicos, redes sociales, marketing, telemarketing, etc. para contactar a todo tipo de cliente y a los segmentos que queramos apuntar.



"La receta no ha cambiado demasiado con los años: formación, contacto permanente con el cliente, y adaptación a los cambios tecnológicos y sociales"

JAVIER BARBERÁ FERRÉ, ESPAÑA

AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

Los representantes sectoriales de cada país fueron consultados sobre las principales amenazas que observan para la actividad y, del otro lado, qué oportunidades brinda esta nueva normalidad que transitamos.

	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
JORGE SUXO ITURRY	Se ha perdido la sana costumbre de pagar una prima de seguros para tener una cobertura, priorizando la cultura de pago por sobre otras necesidades.	Encontrar las coberturas adecuadas para atenuar las pérdidas producidas desde el área cibernética.
ARMANDO VERGILIO DOS SANTOS JUNIOR	Existe una amenaza grave, provocada por asociaciones que comercializan la llamada "protección de vehículos" sin ningún tipo de supervisión o autorización legal. Los propios organismos de protección al consumidor y de inspección del mercado de seguros han combatido estas asociaciones irregulares. Pero, por increíble que parezca, veo la mayor amenaza en este momento en las acciones de la Superintendencia de Seguros Privados (SUSEP), que en los dos últimos años ha adoptado una postura inexplicablemente beligerante en relación con los corredores de seguros (por ejemplo, obligando al corredor a informar al cliente de su remuneración antes de firmar la propuesta) y ha cerrado las puertas a la posibilidad de un diálogo abierto y franco con FENACOR, cuyas propuestas son ignoradas y todo se impone.	Los corredores de mercado y de seguros, en particular, trabajan con la garantía del patrimonio de la población y el ahorro a largo plazo. Es importante que la legislación garantice la protección del cliente, a través de un marco que garantice el cumplimiento de las condiciones contractuales, sin mayores riesgos. Para el corredor de seguros, las oportunidades deben surgir incluso más allá de las fronteras de la industria de seguros.
LEOPOLDO BRICEÑO MUÑOZ	La venta directa online a través de las páginas web de las compañías, retail y banca, quienes viralizan con publicidad sus productos con promociones especiales.	El tiempo que antes se ocupaba para transportarse queda libre para la capacitación del corredor, y esto lo hace estar más activo y atento para sorprender al cliente, cautivarlo y fidelizarlo.
CLAUDIA ISABEL GONZÁLEZ SÁNCHEZ	Inquieta y preocupan las cargas asociadas a toda la normatividad que le aplica a los corredores de seguros, que son los únicos intermediarios que están vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia, pues los agentes y agencias dependen directamente y son supervisados por las aseguradoras. Eso desincentiva conformarse como un corredor e invita a utilizar otras formas societarias. Existen a su vez otros canales de venta, como son los corresponsales bancarios y uso de red, que no brindan servicios de asesoría especializada y atención post venta.	A raíz de la pandemia, los clientes han valorado tener un corredor de seguros que los asesore, sintiéndose respaldados de tener un equipo de personas especializadas que les brinden seguridad y respaldo.

	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
 **JAVIER BARBERÁ FERRÉ**	La deriva del sector cada vez más hacia plataformas de servicios que poco tienen que ver con el producto asegurador.	Ciertos cambios sociales, como el mayor abandono de la propiedad y la proliferación del "pago por uso", lo cual implicará a largo plazo un cambio también en el producto que distribuirán los agentes y corredores de seguros, sobre todo en masivos.
 **ELISABETH VOGT LÓPEZ**	La venta directa soportada en plataformas tecnológicas y call centers.	Capacitación más intensa, capacidad de respuesta ante un entorno complejo, y la revalorización de la importancia del intermediario. A su vez, la opción de dar de manera híbrida tus servicios y venta, es decir, cara a cara y a través de herramientas tecnológicas.
 **YELENA QUINTERO DE ALVARADO**	Las ventas atadas, sobre todo provienen de bancos y entidades financieras, las cuales en algunos casos pretenden ofrecer al cliente un seguro con su préstamo hipotecario o personal. No es ilegal dentro del marco de bancaseguros, sin embargo se perciben en muchas ocasiones medidas de presión o coacción en contra de los derechos del consumidor a elegir su corredor de seguros y compañía aseguradora, lo cual sí es ilegal a través de la Ley de Seguros.	Como corredores de seguros hay que prepararse lo suficiente y ofrecer un servicio de primera línea para hacer la diferencia, respaldado en el conocimiento técnico y profesionalismo, algo que no se encuentra en un seguro atado a un compromiso bancario. El colaborador bancario es experto en banca no en seguros y esa es la principal oportunidad.
 **GIULIO VALZ-GEN RIVERA**	La fuerza de venta directa de las aseguradoras, así como los canales de distribución masivos de retailers. El poder de la asesoría y consultoría de un corredor de seguros profesional marca la diferencia en la post venta y atención de siniestros.	En el marco de la nueva normalidad, el corredor de seguros debe migrar su modelo de negocio y convertirse en el más breve plazo posible en un corredor digital, ofreciendo información con la inmediatez que su cliente la requiere.
 **ALBERTO PANETTA**	La oferta de seguros a través de canales que no son especialistas en la materia y que la actividad del corredor asesor de seguros no cuenta con un marco regulatorio específico, el cual está pendiente desde la sanción de la ley de desmonopolización de seguros, vigente hace más de 25 años.	Muchas cosas han cambiado a causa de la pandemia, y eso implica una oportunidad para aprovechar esta crisis, analizar el contexto, ver esos cambios y las nuevas tendencias en el comportamiento y actividad de las empresas y personas, para poder brindar el producto que hoy requieren, con el servicio que en la actualidad deben brindar los corredores de seguros, cada vez más personalizado.