



El corredor se **REINVENTA** continuamente para ser más competitivo

Los corredores lo tienen claro: para ganar en competitividad es imprescindible apostar por la formación y apoyarse en la tecnología. Están siempre dispuestos a transformarse y reinventarse. Para ello, no basta con invertir dinero y tiempo, sino que deben servirse de la ayuda de las compañías, que tienen las capacidades para facilitar esa adaptación a los nuevos entornos cambiantes que se les exige a los profesionales de la mediación. Es imprescindible que creen sinergias conjuntas que favorezcan el desarrollo de los negocios y les permita la introducción en el mercado de nuevas soluciones adaptadas a los clientes.



CNP PARTNERS

Tu futuro siempre seguro



Filial de CNP Assurances, aseguradora de personas n.º 1 en Francia
Representación en España desde hace más de 10 años

Especialistas en seguros personales

Calidad de gestión y compromiso

Personalización y calidad

Una cooperación que debe fluir en ambos sentidos: “En la parte de gobernanza de productos va a ser muy importante la colaboración entre corredores y compañías para hacer procesos de co-creación de productos”, confiesa Antonio Benito, director de Formación de [CNP Partners](#).

En esta dinámica de colaboración, Javier Montoya, director de Gestión y Control Comercial de [Plus Ultra Seguros](#), pone como ejemplo el caso de las empresas que quieren internacionalizarse. Aunque el corredor con su asesoramiento está capacitado para ayudar a su cliente en este proceso, muchas veces no disponen de los recursos necesarios: “Ahí es donde las compañías podemos ayudar a formarles para que ellos les puedan asesorar perfectamente”.

Concuerda Alberto Ocarranza, presidente del [Grupo HIB](#) y vicepresidente de Innovación de [Fecor](#), en que a día de hoy cualquier pyme puede querer dar el salto exterior y la correduría debe ser capaz de asesorarle en ese proceso: “Pero necesitamos que la aseguradora nos acompañe”, reconoce. A la vez que pone en valor el canal corredor como el más competitivo que existe en la actualidad, en gran medida gracias a su versatilidad, que le permite adaptarse muy bien a los entornos cambiantes actuales.

Paloma Arenas, directora general de [E2K](#), coincide en esa capacidad para “reinventarse” como uno de los puntos fuertes de su profesión: “Los corredores siempre están dispuestos a transformarse. Como organización siempre que hemos hecho proyectos de especialización se han subido inmediatamente al carro porque son conscientes de que hay que cambiar las formas de trabajar”.

“No es que estén dispuestos, es que tienen que reinventarse sí o sí”, sostiene Antonio Benito, quien recuerda la próxima entrada en vigor de multitud de normativas que van a obligar a esa readaptación del negocio. Pero no solo por la aparición de éstas: “El cliente ahora está más informado que antes, por eso hay que darle algo más”.



Antonio Benito.



Javier Montoya.



Alberto Ocarranza.



Paloma Arenas.

Digital y presencial

La llegada de nuevos clientes, más preparados y formados, y la accesibilidad tecnológica que permite a cualquier persona documentarse y comparar de manera rápida, está siendo bien acometida por los corredores jóvenes, según Javier Montoya, que utilizan más internet y las redes sociales y actúan como asesores de sus grupos de interés. Considera que el punto fuerte de las nuevas generaciones de corredores es que “están combinando perfectamente lo digital con lo presencial y no colocan productos, sino que asesoran sobre necesidades”.

Alberto Ocarranza no cree que esta adaptación sea exclusiva de los más jóvenes, sino que se aprecia en los profesionales más veteranos que están haciendo “esfuerzos brutales” por acomodarse y están deseando recibir formación para saber digitalizarse e implementar soluciones en su correduría.

Tendencia que desde las organizaciones ya perciben, como denota Paloma Arenas, “los corredores veteranos no solo están interesados en los nuevos productos sino también valoran los sistemas y procesos tecnológicos útiles y sencillos que les permiten obtener una ventaja competitiva”.

No obstante, todos los asistentes a la mesa redonda de Pymeseguros consideran que la tecnología es un pilar fundamental no solo para que las corredurías crezcan, sino para que sobrevivan: “La tec-



nología es una necesidad. Estamos tendiendo poco a poco hacia modelos completamente digitalizados”, sostiene Antonio Benito. En este sentido, Arenas resalta que un corredor puede empezar a trabajar sin una oficina, pero no sin un ERP. “El que piense que puede crecer solo con la información que le aporten las aseguradoras, no tiene futuro”, sentencia.

Para Montoya, estas herramientas ayudan a los mediadores a procesar toda una serie de tareas (facturación,

“Los corredores tenemos que estar cerca del cliente, creando una marca personal que nos diferencie de cualquier otro canal de distribución”.
Alberto Ocarranza

contratación de pólizas...) de manera unitaria, en lugar de duplicar las gestiones con cada aseguradora con la que trabaja el corredor.

“Ahora bien, reinventarse tiene riesgos”, alega Ocarranza, para quien nunca se debe olvidar que el corredor es un profesional de cercanía con el cliente, de acompañamiento: “Es importante tener canales de comunicación ágiles con el cliente, pero nosotros tenemos que estar cerca de él y creando una marca personal que nos diferencie de cualquier otro canal de distribución. Reinventarse no significa cambiarlo todo, porque ya venimos de un modelo de éxito”, concluye.

Sin responsable tecnológico

“Al final la tecnología es un medio”, señala el director de Gestión y Control Comercial de Plus Ultra Seguros. De ahí, que aunque la implementación tecnológica y la formación en esta materia son fun-

damentales para cualquier corredor, la figura del responsable tecnológico aún no se detecta en estas empresas, sino que tiene un perfil más comercial: “Ha evolucionado esta figura, que no solo da órdenes de actividad comercial, sino que también configura la solución tecnológica para asegurarse que todos la aplique de manera homogénea”.

De hecho, la directora general de E2K considera que el corredor no lo necesita, precisamente por la existencia de diversas aplicaciones especializadas en gestión: “El corredor lo que tiene que valorar muy bien es cuál se adapta mejor a su negocio y encargarse de que se utilice”, sostiene.

“Es que es un proceso más de externalización”, sugiere el director de Formación de CNP Partners, que pone de relieve a existencia de empresas especializadas en dar soporte tecnológico a los corredores.

En esta línea, Javier Montoya, director de Gestión y Control Comercial de Plus Ultra Seguros, aboga por seguir apostando por los estándares EIAC de intercambio de información entre corredor y aseguradora “porque va a simplificar la operativa de su administración y las aseguradoras mejoraremos la productividad”, sostiene.

Para el presidente del Grupo HIB el desarrollo tecnológico dentro de las corredurías se divide en dos partes: unos procesos internos, como el mismo EIAC; y la innovación en distribución, que a su entender está tardándose más en aplicar, porque requiere una capacidad de inversión que muchas corredurías no tienen.

Ayuda de las compañías

“En ese aspecto, no sólo por el coste económico sino por la apuesta por la innovación



constante es donde las compañías tenemos que proporcionar plataformas a los corredores. Tenemos que desarrollar conjuntamente los procesos de negocio”, razona Antonio Benito, director de Formación de CNP Partners.

Este trabajo conjunto tendrá unas pruebas de fuego a lo largo de los próximos meses, cuando entren en vigor una serie de normativas, que van a afectar de lleno a la manera de operar de los profesionales del sector. En este sentido, Antonio Benito considera que las aseguradoras podrán ayudar bastante a los corredores en relación a la gran cantidad de documentación previa que se tiene que facilitar al cliente para que contrate una póliza.

“Hay una parte de la carga que la tienen las aseguradoras y otra, las corredurías. Si nos ponemos de acuerdo, podrá ser mucho más fácil”, corrobora Paloma Arenas, directora general de E2K, quien, ante los nuevos cambios normativos, aboga por establecer entre ambas partes más líneas de comunicación de las que ya se tienen.

Coincide Javier Montoya en este punto, ya que a su parecer para abordar estas nuevas adaptaciones reglamentarias la tecnología será vital: “Va a ser una oportunidad para que compañías y corredores mejoremos la información a los clientes. Para eso también hay que apostar por compartir la información por ambas partes para ir alineados en garantizar el servicio al cliente”, sugiere.

En este sentido, Alberto Ocarranza, vicepresidente de Innovación de Fecor, cree que se deberían superar las reticencias a compartir información, porque esto redundaría en mejores prestaciones al cliente.

“A través de los proyectos asociativos cada vez más profesionales se garantiza el futuro de la actividad corredora”. Paloma Arenas

Algo que se debería conseguir aprovechando el cambio de mentalidad de los corredores, en parte obligados por las exigencias actuales. Así, Paloma Arenas afirma que antes a los encuentros profesionales acudía solo el responsable de la correduría. Ahora en cambio, asiste acompañado de sus colaboradores.

¿Todos los corredores son empresarios?

Y eso que, para algunos profesionales, como Arenas, no todos los corredores son empresarios, ya que,

“Las corredurías que están apostando por la tecnología pueden quitarse carga administrativa y dedicarse más a la labor comercial”. Javier Montoya

a su parecer, los hay que “se limitan a echar cálculo de supervivencia empresarial, haciendo solo los cambios que tocan” por normativa. “Para mí ser empresario no es tener una empresa, sino tener en tu cabeza la estructura de un negocio”, puntualiza.

“Para tener una supervivencia a largo plazo tienes que gestionar el negocio como empresario”, corrobora Montoya, y más si se tienen en cuenta las exigencias actuales en el sector, a nivel de gestión, tecnológico, normativo... “Al final si no gestionas tu negocio como empresario y no vas evolucionando, el propio mercado te va a sacar”, valora.

El director de Formación de CNP Partners sostiene que son aspectos muy diferentes el ser empresario, literalmente, que consiste en tener una empresa, y saber desarrollar el negocio, que no todos saben: “A muchos les cuesta dar un paso hacia delante, porque tienen





resistencia al cambio y les es cómodo quedarse como están”, considera.

Sin embargo, Alberto Ocarranza sí considera que todos los corredores son empresarios, “porque al final están gestionando una cartera, unos ingresos, llevan a cabo una gestión del cliente”. Para él la diferencia es más de tamaño y capacidad y lo compara con cualquier emprendedor de cualquier sector, que poco a poco va aprendiendo y cogiendo experiencia hasta conver-

“Va a ser muy importante la colaboración entre corredores y compañías para hacer procesos de cocreación de productos”.

Antonio Benito

16 tirse en un empresario como se le conoce conceptualmente. En este sentido, se congratula, eso sí, de la llegada al mercado de nuevos profesionales, con mayor formación, “que les permite ser otro tipo de empresarios”.

Mejor asociados

Precisamente se puso sobre la mesa de debate el tipo de profesional que se debía ser para ser competitivo. “El corredor no debe renunciar a nada”, sostiene la directora general de E2K para quien tiene que apostar tanto por ser generalista como especializado, aunque recomienda no dedicarse solo a un aspecto para distribuir el riesgo.

“Todos los corredores hemos entendido que atomizar una cartera no siempre es lo más rentable”, corrobora Ocarranza, para quien, sin embargo, no hay que renunciar a ser generalista, toda vez que es lo que

demandan las propias compañías. Eso sí, valora especialmente al corredor especializado, que está “hiperformado”, no solo en materia aseguradora, sino fiscal, administrativa..., lo que le permitirá aprovechar más oportunidades, ya que el cliente detecta esos conocimientos.

“Hoy por hoy no creo que tenga sentido una correduría que no sea especialista, con expertos en cada materia para desarrollar aún más su negocio con profesionales que den soluciones específicas para cada situación”, incide Antonio Benito, director de Formación de CNP Partners, quien también recomienda asociarse para mejorar el desarrollo del negocio mediador, especialmente aquellas corredurías, con poca cartera.

Más que nada, como apunta Paloma Arenas, directora general de E2K, porque “permite hacer economía de escala” y llegar a más soluciones de formación, herramientas de apoyo a la venta..., algo que individualmente es muy difícil conseguir.

Aun así, para el director de Gestión y Control Comercial de Plus Ultra Seguros, “siendo deseable”, habrá corredores que no encajen en el modelo asociativo: “Hay quienes sí que encuentran el valor en asociarse, ven las ventajas claras, pero otros que por su especialización prefieren seguir solos o incluso que a la asociación no le venga bien ese perfil de corredor”.

Sin embargo, desde el punto de vista de la mediación lo tienen claro: “Con cualquier integración ganas, porque te permite hacer cosas que solo no podrías y te aporta cosas para competir en un mercado tan competitivo”, valora Alberto Ocarranza, presidente del Grupo HIB y vicepresidente de Innovación de Fecor, secundado por Arenas para quien “a través de este tipo de proyectos cada vez más profesionales se garantiza el futuro de la actividad corredora”.

AITANA PRIETO/CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)

