

DIRECTOR DE MASTER BROKER



# El PAS y la tecnología, el “blend” para afianzar el negocio asegurador

Gonzalo Castellanos, Director de Master Broker, habló de los temas más importantes del mercado junto a *SEGUROS*. El ejecutivo dio a conocer su mirada sobre la nueva realidad que le toca transitar a todos los sectores, en especial al asegurador. Destaca el rol fundamental del Productor Asesor de Seguros en la pandemia y cómo se

puede potenciar con la tecnología. Desde el broker se están adaptando a las nuevas plataformas digitales y han incorporado un esquema de teletrabajo para colaborar de forma remota sin perder el contacto cercano. A su vez, hablamos sobre los aspectos que más preocupan y los planes de la empresa para este 2022.



— **¿Qué enseñanzas nos está dejando esta pandemia, en particular respecto al rol del PAS en el mercado asegurador?**

—La pandemia nos confirma la necesidad del uso de la tecnología para todos los procesos operativos y para estar conectados con los clientes. Nos obligó a terminar de implementar el teletrabajo full-time y respecto al rol del Productor Asesor en el mercado, entendemos que mostró la fortaleza de estar cerca de los clientes prácticamente 24x7 en un contexto de incertidumbre, donde comunicarse por un canal personalizado fue lo más importante.

— **¿Cómo ha cambiado Master Broker de la pre-pandemia a la actualidad, a fin de adaptarse a una nueva realidad y sobre todo pensando a futuro?**

—El cambio fundamental respecto a la pre-pandemia, fue fortalecer el teletrabajo. Buscamos un esquema dual donde no perdamos el contacto cercano con nuestros equipos y, al mismo tiempo, se pueda operar a distancia sin ningún inconveniente. Nuestra visión ya estaba enfocada en la tecnología, tanto para procesos como para contacto con nuestros clientes, por lo que nos encuentra, dentro de la misma visión, adaptándonos a las nuevas plataformas disponibles.

— **¿Cómo ven actualmente al mercado asegurador, en este contexto inédito? Aspectos positivos y negativos...**

—El mercado de seguros en este contexto “no tan normal” se mantuvo siempre muy activo. Con un gran esfuerzo se está logrando mantener el rol de resguardar las economías individuales y con ello las del conjunto, disminuyendo así las posibilidades de pérdidas irre recuperables en momentos económicos malos como este. A pesar de los múltiples inconvenientes, los Productores Asesores supieron acercarse a sus clientes para seguir manteniendo el vínculo y lograr que sigan creyendo y apostando al seguro.

En estos momentos de crisis se vuelve a las raíces y pudimos ver con claridad que, nuevamente, la mejor forma de estar asegurado es por intermedio de un asesor. Los clientes vuelven a elegir al PAS como mejor canal de ventas y la mayoría de las aseguradoras están valorando, apoyando y volcando sus esfuerzos hacia los organizadores para darles el soporte que los Productores necesitan para defender sus carteras y eso está dando muy buen resultado.

Está claro que el cliente elige contratar por intermedio de su asesor y está claro también

*“Con la pandemia fortalecimos el teletrabajo, bajo un esquema dual donde no perdimos el contacto cercano con nuestros equipos, operando a distancia sin ningún inconveniente”*

que debemos brindarles a los PAS las mejores herramientas y condiciones para que llegue a sus asegurados con las mejores ofertas.

— **¿Dónde está puesto el foco hoy de Master Broker, tanto de cara al PAS como a los cada vez más exigentes asegurados?**

—A los PAS, llegar con una mayor diversidad de productos y compañías para ofrecer a sus asegurados, acompañado de herramientas tecnológicas, capacitación y acompañamiento en los negocios complejos donde su rol es fundamental. A los asegurados, brindar respuestas ágiles, una amplia oferta de productos y atención personalizada complementada con tecnología.

— **¿Qué rol juega hoy la tecnología en el negocio y dónde están poniendo el foco en materia de transformación digital?**

—Sin ningún lugar a dudas, ocupa un lugar muy importante. La tecnología nos permite aliviar nuestra cantidad de tareas diarias, responder más rápido, estar al alcance de un mensaje instantáneo y poder resolver situaciones en todo momento y lugar. Estamos convencidos que el próximo paso hacia la transformación digital es poner al alcance del asegurado herramientas como nuestra App, que cada día podrá dar más servicios y soluciones.

— **Como parte de la Comisión de Sociedades de AAPAS ¿Qué temas son los que les preocupan a los broker, ocupan su agenda e intentan trabajar en conjunto?**

—Tener un plan estratégico a largo plazo, reglas de juego claras y lograr una mayor conciencia aseguradora, promoviendo la actividad del Productor Asesor de Seguros como el único canal válido para la intermediación de contratos de seguros.

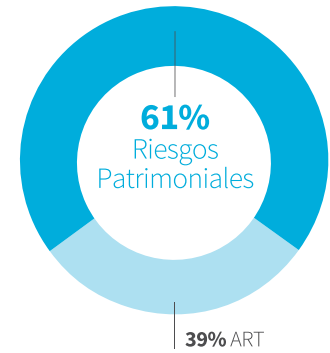
— **¿Cuál es a su juicio la principal amenaza futura del PAS? ¿Los bancos, las insurtech, Mercado Libre u otros?**



**BIO**

- › **Nombre:** Gonzalo Castellanos
- › **Cargo:** Director de Master Broker
- › **Edad:** 55 años
- › **Trayectoria en seguros:** 38 años
- › **Trayectoria en Master Broker:** 9 años

EN NÚMEROS...



*“En estos momentos de crisis se vuelve a las raíces y pudimos ver con claridad que, nuevamente, la mejor forma de estar asegurado es por intermedio de un asesor”*

—Hace tiempo que los bancos y las insurtech han incursionado en el mercado con buen desempeño en la venta de seguros masivos o commodities, pero la adquisición de ellos sigue siendo muy costosa y con bajo nivel de servicio al cliente. En lo que respecta a seguros a medida o “tailor made”, no vemos ninguna amenaza, ya que el rol del Productor Asesor es irremplazable.

**—¿Qué planes tienen desde Master Broker para el 2022 y con qué contexto económico creen que nos encontraremos?**

—Reforzar las alianzas con todos los socios que, con sus acciones, demuestran la valoración del canal del PAS por sobre cualquier otro. Poner foco en los Productores que comparten la visión de ser la mejor propuesta integral para su cliente. Seguir adaptando nuestros procesos a la mejor tecnología que existe, dándole a la digitalización todo el lugar posible. Lograr afianzar esta nueva forma de vincularnos y relacionarnos con nuestra comunidad -socios, directores, empleados, proveedores, etc.-, aprendiendo a escucharnos



nuevamente y así responder a las necesidades con el objetivo que esto nos dé la posibilidad de ser todos mejores personas en este contexto “más normalizado”... del cual sin dudas seguimos aprendiendo día a día. ■

