

PANEL

El cliente evolucionó. ¿Y el corredor?

Moderador: Sergi Simón • Nalba Advisors

La visión de los Risk Managers sobre cómo generar valor en un entorno de riesgos cada vez más complejo



PANEL

Panelistas y moderador

SS

MODERADOR

Sergi Simón

Director de sostenibilidad, Nalba Advisors

Director de sostenibilidad en Nalba Advisors, especializado en estrategia ESG, sostenibilidad corporativa y gestión de riesgos asociados al cambio climático.



NT

PANELISTA

Nazarena Treveset

Presidenta de IRMA, Insurance & Risk Management Association

Presidenta de IRMA (Insurance & Risk Management Association), especializada en gestión integral de riesgos, seguros corporativos y formación ejecutiva internacional.



JP

PANELISTA

Juan Carlos Peñaranda

Gerente Seguros Bancarios, Banco Davivienda

Ejecutivo especializado en seguros bancarios y experiencia del cliente, con trayectoria en desarrollo comercial y distribución de seguros desde el sector financiero.



AC

PANELISTA

Ana María Carrasquilla

Magíster en Gestión y Técnica de Seguros

Especialista en seguros con experiencia en reaseguros, aseguradoras y programas multinacionales. Destaca por su liderazgo, innovación y visión estratégica.



El comprador evolucionó



¿Cómo ha cambiado en la última década el rol del Risk Manager, y qué le exige hoy ese nuevo rol —frente a la Alta Dirección y al Directorio— al mediador que tiene enfrente?

PARA LLEVARSE

Si no conoces el reporte de riesgos que tu cliente presenta al Directorio, ni cómo mide su costo total del riesgo, hablas otro idioma.

Más que un cotizador



¿Qué capacidades nuevas necesita desarrollar un corredor para ser un socio estratégico y no un simple gestor de pólizas — y hasta qué punto el modelo de remuneración, comisión o fee, condiciona esa independencia?

PARA LLEVARSE

En tu última renovación, ¿de qué hablaste más: del precio o del negocio de tu cliente? Si fue del precio, ahí está la brecha.

¿Dónde está el valor real?

“LA INFORMACIÓN ES MÁS ACCESIBLE. EL VERDADERO VALOR ESTÁ EN LO QUE MARCA LA DIFERENCIA.”

- IA Y DATOS AL ALCANCE
- MERCADOS MÁS TRANSPARENTES
- COMPARACIÓN INMEDIATA
- MAYOR COMPETENCIA

INFORMACIÓN DISPONIBLE PARA TODOS

SOLUCIONES REALES A RIESGOS COMPLEJOS

CRITERIOS AL ELEGIR UN NUEVO CORREDOR

- Capacidad de resolver riesgos complejos
- Acceso a mercados especializados
- Proactividad y visión de largo plazo
- Acompañamiento en situaciones de incertidumbre
- Agilidad y cercanía (boutique)
- Marca, capacidad de colocación y alcance internacional (gran corredor)
- Confianza y alineamiento con mis objetivos

MÁS QUE UN PROVEEDOR, UN SOCIO ESTRATÉGICO

AHÍ SE DEMUESTRA EL VERDADERO VALOR DEL CORREDOR

PARA LLEVARSE

El valor se demuestra ante un riesgo emergente o difícil de colocar, no en la renovación estándar. Ahí también puede diferenciarse la aseguradora.

En un contexto donde la información y el acceso al mercado son cada vez más accesibles, ¿dónde está hoy el verdadero valor agregado del corredor — y si mañana tuvieras que elegir uno nuevo, qué criterios pesarían más?

PARA LLEVARSE

El valor se demuestra ante un riesgo emergente o difícil de colocar, no en la renovación estándar. Ahí también puede diferenciarse la aseguradora.

El corredor a diez años

MIRANDO A

10 años

Cada uno responde desde su ángulo

Nazarena

El rol del comprador

Juan Carlos

Capacidades y
remuneración

Ana María

Valor diferencial y
elección

Mirando a diez años vista,
¿cómo imaginan al corredor
que seguirá siendo relevante
— y qué tendrá que hacer
distinto para no quedarse,
como los clausulados de hoy,
un paso por detrás del riesgo
real?

PARA LLEVARSE

Tarea para el lunes: revisa si el
clausulado de tu cliente más
importante sigue reflejando su negocio
real de hoy.