



Pedro López, Antonio Aguilar, Jorge Campos, Alicia Torre y Sergio Andrés Cuesta.

Guía para montar una correduría

Los corredores de seguros **CRECEN** al 5,5% en el sector

A finales de febrero se presentó la guía informativa “Cómo ser corredor de seguros o montar mi propia correduría” escrita por Jorge Campos en la Semana del Seguro, organizada por Inese. Una profesión que, según Campos, está en auge puesto que el año pasado se produjeron 239 altas, un 5,5% de todos los que operan en el sector.

En el sector se dice continuamente que hay muchos corredores y que se necesita una mayor concentración. Sin embargo, sigue habiendo altas de este tipo de profesionales. En 2015, se produjeron 239, lo que supone un 5,5% de todos los corredores que existen. De ellos, el 52% ha elegido ser persona jurídica (corredurías) y el 48%, persona física (corredor). El 53% son de ámbito nacional y el 47%

han elegido trabajar a nivel autonómico.

Raúl Casado, subdirector general de Ordenación de Mercado de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) y autor del prólogo del libro, afirmó que se trata de “una guía clara y didáctica, que viene a agilizar la tramitación de la autorización de las altas”. De ella destacó sobre todo dos partes: las preguntas

más frecuentes, porque es una sección muy práctica, y de los testimonios y consejos resaltó la necesidad de poner pasión en lo que haces y que te guste.

Una de las cuestiones que más se repiten entre los aspirantes a ser nuevos corredores, según Jorge Campos, es no saber que además de tener el título de corredor de seguros es necesario presentar un plan de negocio ante la DGSFP. Al enfrentarse a la creación de una nueva empresa, se adentran en una actividad compleja en la que ayuda tener un conocimiento previo asegurador, disponer de una base de clientes anterior, tener experiencia en la gestión de una empresa y contar con un colchón financiero para los inicios de la actividad.

Se busca mayor independencia en el asesoramiento

Entre otras cosas, Campos resaltó el hecho de que “el 40% de las altas corresponden a ex agentes”. Por eso, decidió contar en la mesa redonda ‘¿Por qué me he hecho corredor? Mis reflexiones en los primeros pasos de mi nueva andadura profesional como corredor de seguros’ con cuatro nuevos corredores que han dejado de ser agentes.

Jorge Campos denunció que “los corredores que vienen de ser agentes de una compañía, se encuentra que cuando se convierte en corredor tienen poca colaboración de esa compañía y creo que es un error”. Así lo explicaron la mayoría de los participantes en la mesa redonda: Alicia Torre, corredora de seguros; Sergio Andrés Cuesta, administrador delegado de Servialar Correduría de Seguros; Pedro López, administrador único de Ledesma 23 Correduría de Seguros; y Antonio Aguilar, de Ageycor Mediación Correduría de Seguros.

Todos ellos comentaron que dieron el paso de convertirse en corredores porque siendo agentes les faltaba independencia en su

El 40% de las nuevas altas de corredores y corredurías corresponden a ex agentes



Jorge Campos, Susana Pérez y Raúl Casado.

asesoramiento y cierta formación. Además, era el momento de hacer conexiones con otras compañías para poder incrementar la cartera.

La experiencia es un grado

La segunda mesa redonda, moderada por Susana Pérez, directora gerente de Inese, estuvo compuesta por Ana Muñoz, socia directora de Ponce & Mugar Correduría; Tomás Rivera, director general



David Sanza, Cristina Llorens, Manuel López, Susana Pérex, Tomás Rivera y Ana Muñoz.

de Gesfive Correduría; Cristina Llorens, socia de Addares Correduría; Manuel López, consejero delegado de Grupo Intermundial; y David Sanza, socio director general de Sanza Correduría de Seguros. En ella se aportaron algunos 'Consejos a quienes están pensando hacerse corredores o montar su propia correduría'.

Ana Muñoz dijo que "lo más importante es tener ilusión, estar orgulloso y creer en lo que se hace. Hay que tener una mentalidad de servir a los demás porque es una profesión de servicio y

No todos los clientes son iguales y hay que segmentarlos por su rentabilidad

de labor social, sin perder la visión empresarial".

En el ámbito empresarial, Tomás Rivera explicó que hay que mirar la rentabilidad de la cartera. Lo importante son las comisiones y no las primas, porque son los ingresos del corredor. Por su parte, Manuel López animó a que optaran por la especialización por zona, producto, tipo de clientes... Es necesario tener un plan de negocio y saber a qué te vas a dedicar.

Sobre todo, según Cristina Llorens, hay que creer en lo que se hace. Yo sería incapaz de asesorar sobre un producto en el que no creo. Para ello, David Sanza indica que hay que ver lo que existe en el mercado y asesorar bien en los siniestros. En cuanto al lado empresarial, Sanza afirma que "hay que saber decir no a los clientes que no son rentables porque sabes que vas a tardar mucho en conseguir lo que te piden".

En la relación con las compañías, hay que hacerse valer para que te vea como un empresario que vende servicio asociado a un seguro. Una opción al principio puede ser empezar con aseguradoras pequeñas si no se tiene suficiente cartera. Además se les dijo que la negociación con ellas mejora si se está dentro de una asociación o agrupación de corredores.

Por otra parte, el trato con el cliente debe ser sencillo, transparente, honesto... Los corredores son la prolongación del cliente. Hay que saber escucharle para poder ser proactivos y darle aquello que necesita. Es importante cumplir con sus expectativas para que se sienta satisfecho. No obstante, no todos son iguales y hay que segmentarlos por su rentabilidad. También hay que hacerle ver que el precio no es el factor fundamental, por eso es importante resaltar la importancia de la solvencia de la compañía y las exclusiones de las pólizas.