



PROGRAMA FINAL HOTEL RIU PANAMÁ PLAZA, CIUDAD DE PANAMÁ 28 – 30 JUNIO 2023

MIÉRCOLES, 28 DE JUNIO DE 2023

8:00 am – 12:00 md	Llegada de miembros de la Asamblea de COPAPROSE
1:00 pm – 4:00 pm	Asamblea General Ordinaria de COPAPROSE
5:15 pm – 5:35 pm	Espera y salida de bus para los participantes internacionales hacia Filomena's Restaurant
6:00 pm – 10:00 pm	Cóctel de Bienvenida Filomena's Restaurant

JUEVES, 29 DE JUNIO DE 2023

7:30 am – 8:30 am	Entrega de Acreditaciones
8:30 am – 8:50 am	Palabras de Bienvenida Priscilla McLeod Sosa, Presidente del Comité Organizador del Congreso Alberto Vásquez, Superintendente de Seguros y Reaseguros Marvin Umaña Blanco, Presidente de COPAPROSE Luis Alberto Alvarado, Presidente de CAPECOSE
8:50 am – 9:35 am	Conferencia: Seguros Paramétricos: Una Alternativa en la Transferencia de Riesgos. Marco Antonio Ortiz, Products Property, Swiss Re (México).
9:35 am – 10:20 am	Tendencias en el riesgo climático: Gestión y financiación como herramientas fundamentales de resiliencia y sostenibilidad para las empresas. Juan Pablo Restrepo Saldarriaga, Director de Tendencias y Riesgos Hidrometeorológicos de Suramericana S.A. (Colombia).

Organizadores:**COPAPROSE – CAPECOSE**

Centro Comercial Plaza Paitilla, Local 54 – Ciudad de Panamá, Panamá

E-mail: info@copaprose.org • info@capecose.org

Tel.: (507) 215-2903 • (507) 215-2774 • (507) 6252-5564

Coordinación:

Elena Ingram de Caparó,

Organización y Producción Internacional, S.A.

E-mail: opisainrh@gmail.com • Teléfonos: (507) 226-6552 •

(507): 6612-7198



10:20 am – 10:40 am	Coffee Break
10:40 am – 11:25 am	La Ampliación del Canal de Panamá y su Contribución al Comercio Internacional Ilya Espino de Marotta, Subadministradora de la Autoridad del Canal de Panamá (Panamá).
11:25 am – 12:10 pm	CAPECOSE: 45 Años de Historia y Reconocimientos Especiales.
12:10 pm – 2:00 pm	Almuerzo – Hotel Riu
2:00 pm – 2:45 pm	Las Medidas Anti-Lavado de Dinero y el Rol del Productor de Seguros. Neftalí Garro, Abogado Socio, BLP Legal (Costa Rica). Elisabeth Vogt, Vicepresidente I de COPAPROSE (México). Zaide Alba Cavagliano, Presidente Saliente de la Asociación Dominicana de Corredores de Seguros (Rep.Dom.). Claudia González, Presidente Ejecutiva de la Asociación Colombiana de Corredores de Seguros (Colombia). Gustavo Taft, Socio Presidente de Alianza Intermediarios de Seguros (Panamá).
2:45 pm – 3:30 pm	Conferencia: Riesgo Cibernético: Coberturas, Requisitos y Suscripción. Alejandro Rebolledo, Jefe de Oficina Comercial y Raúl Pérez, CEO de Argentum Re (USA).
3:30 pm – 3:50 pm	Coffee Break
3:50 pm – 4:35 pm	El Seguro de Crédito: ¿Qué es y cómo funciona? Federico Pronzati, CEO de Solucion América Central y Caribe (Argentina).
4:35 pm – 5:20 pm	ChatGPT: Punto de Inflexión. Inteligencia Artificial y su Efecto en la Industria de Seguros. Juan Delgado, DG Nanotech (Panamá)



- 6:20 pm – 6:45 pm Espera y Salida de Bus para los participantes internacionales hacia el Casco Antiguo
- 7:00 pm – 10:00 pm **Cena de Gala**
SOFITEL Legend Casco Viejo

VIERNES, 30 DE JUNIO DE 2023

- 8:00 am – 8:45 am **Puertos, Carga Marítima y el Impacto ante Grandes Siniestros**
Expositor: José Moya Crosetti, Country Manager de Vantevo Claims Advisor (Perú).
- 8:45 am – 9:30 am **Optimización de la Experiencia de Servicio entre el Productor de Seguros y las Compañías de Seguros.**
Belisario Fernández, Director, Sales & Accounts LATAM de Equisoft.

Marvin Umaña B., Presidente de COPAPROSE.

Hugo Smith, Presidente de la Asociación de Corredores de Seguros AG de Chile.
- 9:30 am – 10:15 am **La Digi-Intermediación: ¿Cómo Digitalizar el Asesoramiento de Seguros?**
Expositor: Isidre Mensa (España), CEO MPM Insurance Software Solutions (España)
- 10:15 am – 10:35 am **Coffee Break**
- 10:35 am – 11:20 am **El Futuro del Productor de Seguros: Desafíos y Oportunidades para mantener su Posicionamiento.**
Expositor: Joseba Angulo, CEO del Instituto de Estudios del Seguro (España).
- 11:20 am – 12:20 pm **La Magia de Servir con Propósito**
Expositor: Gabriel Vallejo, experto reconocido en el tema del servicio al cliente en América Latina.

Organizadores:

COPAPROSE – CAPECOSE

Centro Comercial Plaza Paitilla, Local 54 – Ciudad de Panamá, Panamá

E-mail: info@copaprose.org • info@capecose.org

Tel.: (507) 215-2903 • (507) 215-2774 • (507) 6252-5564

Coordinación:

Elena Ingram de Caparó,

Organización y Producción Internacional, S.A.

E-mail: opisainrh@gmail.com • Teléfonos: (507) 226-6552 •

(507): 6612-7198



12:20 pm – 12:35 pm

Acto de Clausura.

Toma de Posesión del nuevo Consejo Directivo de COPAPROSE 2023-2025

Elisabeth Vogt de Weber, nueva Presidente de COPAPROSE.

Priscilla McLeod Sosa, Presidenta del Comité Organizador.

Organizadores:

COPAPROSE – CAPECOSE

Centro Comercial Plaza Paitilla, Local 54 – Ciudad de Panamá, Panamá

E-mail: info@copaprose.org • info@capecose.org

Tel.: (507) 215-2903 • (507) 215-2774 • (507) 6252-5564

Coordinación:

Elena Ingram de Caparó,

Organización y Producción Internacional, S.A.

E-mail: opisainrh@gmail.com • Teléfonos: (507) 226-6552 •

(507): 6612-7198

LA REVISTA DE LA CONFEDERACIÓN PANAMERICANA DE PRODUCTORES DE SEGUROS



CONGRESO IBEROAMERICANO PANAMÁ 2023



JUNTOS CONTRA EL LAVADO DE DINERO

“El lavado de dinero se relaciona con cualquier actividad ilícita, como secuestro, trata de personas y corrupción, y no solamente con la venta de narcóticos.”

SEGUROS PARAMÉTRICOS

UNA ALTERNATIVA EN LA TRANSFERENCIA DE RIESGOS

GRACIAS A NUESTROS PATROCINADORES



CARTA PRESENTACIÓN

Hace un par de meses tuvimos el enorme placer de ver reunidos en nuestro XXX Congreso Iberoamericano COPAPROSE CAPECOSE, realizado en la icónica ciudad de Panamá, a productores de seguros del continente americano, España y Portugal. Ellos aprendieron y convivieron en un ambiente enriquecedor de profunda reflexión, pues reconocidos expertos abordaron de qué manera funcionan y ayudan los seguros paramétricos; por qué los riesgos climáticos son amenazas sistémicas; qué papel tenemos con respecto a las medidas de antilavado de dinero; qué está ocurriendo con los ciberriesgos; de qué se trata el seguro de crédito; cuáles son las posibles aplicaciones de ChatGPT en la intermediación y comercialización de pólizas; cómo se relaciona la fragilidad de las cadenas de suministro actuales con la concentración del comercio en algunas rutas y puertos; de qué forma podemos optimizar la experiencia de servicio; en qué se debe enfocar la digitalización de la intermediación; cuáles son los desafíos u oportunidades presentes en el futuro del productor de seguros, y por qué debemos servir con propósito.

En el acto inaugural estuvieron presentes el Lic. Alberto Vásquez, superintendente de Seguros y Reaseguros, el Lic. Marvin Umaña Blanco, presidente saliente de la COPAPROSE, la contadora y experta Elisabeth Vogt de Weber, presidenta entrante de la COPAPROSE, y el Lic. Luis Alberto Alvarado, presidente de la CAPECOSE. Ella agradeció a todos nuestros patrocinadores, así como a las aseguradoras, los conferencistas, los participantes, la Junta Directiva de la COPAPROSE, los miembros del Comité Organizador liderado por Priscilla Mcleod Sosa, y quienes apoyaron para que este Congreso se llevara a cabo de una manera impecable. Además, señaló que, después del largo periodo de distanciamiento ocasionado por la covid, estamos ávidos de participar en eventos presenciales, vernos, abrazarnos y sentir el calor humano, por lo que expresó su deseo de que este Congreso resultara muy significativo e interesante, de manera que cumpliera o superara las expectativas.

Por su parte, Marvin Umaña reiteró la importancia de la COPAPROSE como medio de conexión internacional entre todos los productores de seguros a nivel global y los organismos internacionales en materia de control y desarrollo económico; afirmó que se cumplió la labor en torno a la actualización de estatutos y reglamentos, el sistema contable y de inversiones, la disminución de cuotas en un 20%, el fortalecimiento económico y otros asuntos; indicó que los retos venideros estarán vinculados con la cultura, la era digital, los nuevos consumidores más exigentes, la competencia desleal, el cambio climático y la regulación, y resaltó el hecho histórico de la elección de dos valiosas damas, Elisabeth Vogt y Agustina Decarre, para la presidencia y vicepresidencia de la COPAPROSE.

A propósito del nuevo Consejo Directivo de nuestra COPAPROSE, además de estas dos líderes de México y Argentina, están Giulio Valz-Gen (Perú) como vicepresidente II; Hugo Smith (Chile), Jorge Suxo Iturry (Bolivia), Zaide Alba Cavagliano (República Dominicana) y Martín Navaz (España) como consejeros titulares; Claudia González (Colombia) y Marvin Umaña (Costa Rica) como consejeros suplentes; el Mgter. Mario Augusto Rodríguez Stanzola como tesorero, y Erika I. Herrera H. como directora ejecutiva. Todos ellos trabajarán con Elisabeth Vogt y Agustina Decarre para mantener las actividades de capacitación o actualización en cuestiones tecnológicas y en la comprensión de cómo cambian tanto los riesgos como las necesidades; impulsar la digitalización mediante el análisis de qué productos sirven para el sector y facilitan al mismo tiempo la experiencia del cliente; fomentar el diálogo entre asociaciones y autoridades para construir estrategias que mejoren la penetración y la cultura del seguro, y fortalecer a la COPAPROSE a nivel mundial, demostrando que sus integrantes están dispuestos a buscar juntos el bien del cliente.

Fue tanta la experiencia vivida en Panamá durante nuestro Congreso, que resulta imposible capturar todo en estas páginas, pero esperamos que las memorias contenidas en ellas sean suficientes para revivir hermosos momentos, recordar grandes enseñanzas y avivar el fuego que nos impulsa a ayudar a las personas y empresas a administrar y transferir sus riesgos a través del seguro.



Elisabeth Vogt se dirigió a los congresistas explicando parte del Plan Estratégico para el Bienio. Por su parte Marvin Umaña realizó la entrega de las medallas que simbolizan la asunción de la nueva Junta Directiva.

DIRECTORIO COPAPROSE

PRESIDENTE

Elisabeth Vogt de Weber
Consejo Directivo
- Miembro de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. (AMASFAC)
- México

VICEPRESIDENTE I

Agustina Decarre
Consejo Directivo
- Miembro de la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de toda la Argentina (FAPASA)
- Argentina

VICEPRESIDENTE II

Giulio Valz-Gen
Consejo Directivo
- Miembro de la Asociación Peruana de Empresas de Corredores de Seguros (APECOSE)
- Perú

CONSEJERO TITULAR - CHILE

Hugo Smith
Comité Ejecutivo
- Miembro de la Asociación Gremial de Corredores de Seguros A.G. (ACOSEG)
- Chile

CONSEJERO TITULAR - BOLIVIA

Jorge Suxo Iturry
Comité Ejecutivo
- Miembro de la Asociación Boliviana de Corredores de Seguros y Reaseguros (ABOCOSER)
Bolivia

CONSEJERA TITULAR - REPÚBLICA DOMINICANA

Zaide Alba Cavagliano
- Miembro de la Asociación Dominicana de Corredores de Seguros, Inc. (ADOCOSE)
- República Dominicana

CONSEJERO TITULAR - ESPAÑA

Martín Navaz
- Miembro de la Asociación Española de Corredurías de Seguros y Reaseguros (ADECOSE)
- España

CONSEJERA SUPLENTE - COLOMBIA

Claudia González
- Miembro de la Asociación Colombiana de Corredores de Seguros (ACOAS)
- Colombia

CONSEJERO SUPLENTE - COSTA RICA

Marvin Umaña Blanco
- Miembro de la Cámara de Intermediarios de Seguros (CIS)
- Costa Rica

TESORERO

Mgter. Mario Augusto Rodríguez Stanzola
- Miembro del Colegio Nacional de Productores de Seguros (CONALPROSE) y de la Cámara Panameña de Empresas de Corretaje de Seguros (CAPECOSE).
- Panamá

DIRECTORA EJECUTIVA

Erika I. Herrera H.
- Secretaria General
- Panamá



2+2=5

experiencia de servicio en seguros

Cómo optimizar la

Cómo optimizar la experiencia de servicio en seguros



En el tercer día de actividades de nuestro Congreso Iberoamericano, tuvimos un panel de discusión que abordó la manera en que las aseguradoras podrían mejorar la experiencia de servicio para el productor de seguros y la forma en que este a su vez enriquecería la del usuario final. Belisario Fernández, director de Ventas y Cuentas LATAM en Equisoft, Hugo Smith, ex-presidente de la ACOSEG, y Marvin Umaña Blanco, presidente saliente de la COPAPROSE, fueron los encargados de conducirnos por este tema.

Belisario Fernández abrió el panel comentando que Equisoft, en conjunto con Celent y en asociación con la COPAPROSE, realizó una encuesta sobre las necesidades y motivaciones del intermediario a más de 700 personas de 30 asociaciones y 30 países de África, Norteamérica y Latinoamérica. De acuerdo con el informe, que se puede descargar en <https://rb.gy/oi58p>, preferimos trabajar con las aseguradoras que tienen una buena relación con nosotros, poseen capacidades superiores de gestión tanto de riesgos como de reclamos, nos ofrecen facilidades para hacer negocios y muestran un claro apetito por los ramos que atendemos. Además, queremos que las aseguradoras mejoren su servicio de atención de reclamos, siniestros e indemnizaciones; cuenten con la emisión instantánea de pólizas; implementen una suscripción ágil y sensible; entreguen de manera rápida la documentación de la póliza.

De acuerdo con la encuesta, los intermediarios consideramos que la tecnología es crucial para aumentar la eficiencia, atender mejor al usuario y fidelizar a los clientes, por lo que necesitamos un portal que incluya todas las líneas de negocio, sea fácil de usar y nos permita manejar cualquier tipo de transacción, para cerrar tratos, emitir pólizas y cobrar primas. También necesitamos buenas herramientas de informes, administración de tareas y flujo de trabajo, así como ayuda disponible en todo momento. A propósito de cuestiones tecnológicas, por un lado, el 60% de los encuestados cuenta con una estrategia de transformación digital, y por el otro, el 41% posee un software para administrar la cartera, el 15% tiene un portal para atender a los clientes, el 7% usa un sistema en línea para declarar los siniestros y el 36% no dispone de estas herramientas.

Mientras un 62% de los intermediarios consideró adecuado invertir un porcentaje de los ingresos anuales en dicha transformación y otro 27% ignora cuánto debe invertir, el 10% piensa que la digitalización es muy costosa y solo el 2% opina que esta inversión no tendría ningún impacto. Los impedimentos para alcanzar la transformación digital son la falta de un asesor experimentado que ayude a elaborar la estrategia y proporcione guía en el proceso (40%), la falta de personal adecuado (19%), la falta de recursos económicos (17%) y la combinación de los tres factores anteriores (24%); sin embargo, el 82% de los encuestados reconoce que esta transformación es muy necesaria, el 17% le da una importancia media y solo el 1% la ve como algo poco relevante.

Hugo Smith señaló que el seguro exige mantener una relación de confianza, porque se trata de una promesa de pago y, si esta no se cumple en tiempo y forma, el vínculo se pierde, por lo que mejorar la atención del cliente seguirá siendo importante. Además, indicó que la administración de cartera y la comunicación con la compañía son otros dos puntos que se deben atender, por lo que resulta esencial mantener actualizadas las bases de datos y el flujo de información, así como aprovechar las ventajas de la digitalización.

Marvin Umaña nos invitó a no hacer lo mismo que los demás, sino ir más allá, de manera que 2+2 no sea 4, sino 5 o quizá más. También resaltó que debemos tener cuidado con la terminología que usamos y ponernos de acuerdo con respecto a ella, porque algunas palabras o frases tienen una connotación muy negativa, como reclamo, siniestro y “el cliente es culpable hasta que demuestre lo contrario”, y otras en realidad no expresan lo que queremos decir, como fidelidad, pues este término tiene un trasfondo de obligación y no la idea de sentimiento o devoción que transmite la palabra lealtad. Además, comentó que no basta con desarrollar o adquirir herramientas tecnológicas, pues la clave es el soporte detrás de ellas, es decir, la sinergia que permite a la tecnología cumplir su objetivo y ser realmente útil. Finalmente, planteó la cuestión de cómo atenderíamos a nuestros clientes si un evento catastrófico nos dejara sin dispositivos móviles, internet y otras herramientas tecnológicas.



Seguros paramétricos: Agilidad y sencillez en la transferencia de riesgos

Seguros paramétricos:
Agilidad y sencillez
en la transferencia de riesgos



¿Sabías que...

un seguro paramétrico cubre riesgos climatológicos o catástrofes naturales cuando se cumple o supera cierto índice acordado en el contrato, que refleja la intensidad o magnitud del evento y el umbral de activación de la protección? En el marco del XXX Congreso Iberoamericano COPAPROSE CAPECOSE, Marco Antonio Ortiz, representante del área de Products Property de Swiss Re México, abordó este tipo de productos no tradicionales como una alternativa en la transferencia de riesgos, que complementa al seguro tradicional de daños. Aquí te compartimos algunos de los datos que el experto presentó durante su intervención.

Cuando alguien contrata un seguro paramétrico, acuerda con la aseguradora el pago de una prima a cambio de que, cada vez que el evento amparado ocurra en cierta ubicación y tenga, de acuerdo con la información emitida por

una entidad independiente con autoridad en la materia, un índice igual o mayor al señalado en la póliza, se active el pago de una cantidad fija que no dependerá de la pérdida, sino del índice del fenómeno y el límite de la cobertura. Así pues, si el siniestro ocurre y se confirma el índice detonante de la protección, la aseguradora realiza el pago sin problemas. El usuario no necesita ni evaluar los daños, ni presentar la reclamación, ni esperar la revisión de la compañía, ni someterse al criterio del ajustador, ni vivir la incertidumbre en torno a si el pago será el esperado. Por tanto, ambas partes de la póliza no solo ahorran tiempo, recursos y esfuerzos, sino también fortalecen su relación gracias a la sencillez del proceso y la experiencia satisfactoria.

Marco señala que

hay seguros paramétricos de terremoto, los cuales se basan en la intensidad del fenómeno en un espacio definido o en la combinación de su magnitud, profundidad y distancia; de huracán, que se activan por la velocidad del viento en una zona o en determinadas estaciones de medición; de inundación, que usan como parámetro la precipitación acumulada; de energías renovables, los cuales protegen a las industrias de una baja radiación solar, un caudal insuficiente de agua o una velocidad del viento menor a la habitual, y de agricultura, que toman en cuenta la temperatura, la precipitación pluvial u otros parámetros



Estas soluciones abarcan riesgos que generalmente son excluidos de las coberturas tradicionales y tienen el potencial de impedir la continuidad del negocio, como afectaciones en líneas de transmisión o distribución, interrupción de negocio sin daño material, pérdida de renta o playa y daños en campos de golf.

Además, permiten al usuario utilizar el dinero recibido para tener liquidez, cubrir los deducibles del producto tradicional o el monto que rebasa los sublímites y evitar pérdidas mayores por los retrasos para reiniciar el negocio. Por tanto, los seguros paramétricos son una buena opción para complementar el esquema de transferencia de riesgos, pero implican tres desafíos: disminuir la diferencia entre el valor esperado y el real de la pérdida (riesgo base); mejorar la correspondencia entre el daño y la activación de la cobertura, y tanto simplificar como aclarar todavía más el funcionamiento de estas protecciones.

¿Ya dominas y ofreces estas alternativas de transferencia de riesgos?

“El transporte marítimo es el más eficiente energéticamente y respetuoso con el medioambiente...” - José Moya Crosetti

Fragilidad de las cadenas de suministro marítimas

En nuestro último Congreso, José Moya Crosetti nos hizo reflexionar sobre el impacto de los puertos y la carga marítima en los grandes siniestros. El director de Vantevo Claims Advisor en Perú evidenció nuestra dependencia del mercado asiático, lo cual se observó durante la pandemia, pues tan solo en 2021 las exportaciones de China representaron más de 3 billones de dólares, cantidad que casi duplica el valor de las realizadas por Estados Unidos, el segundo exportador a nivel mundial. Debido a ello, los puertos asiáticos mueven el 70% de las mercancías de todo el planeta y originan el 63% del comercio global. De aquí que los cinco principales puertos del mundo se encuentran en Asia: Shanghái, Singapur, Ningbo-Zhoushan, Shenzhen y Guangzhou.

El transporte marítimo es el más eficiente energéticamente y respetuoso con el medioambiente, así como muy seguro, por lo que ha protagonizado un número extremadamente bajo de accidentes con graves consecuencias. Sin embargo, José Moya Crosetti nos recordó que, el 23 de marzo de 2021, el buque portacontenedores Ever Given, perteneciente a la línea naviera Evergreen, encalló en el canal de Suez con más de 20 mil contenedores a bordo y así bloqueó durante seis días la ruta comercial que conecta al mar Mediterráneo con el mar Rojo, por la cual transitaban más de 400 barcos. Al quedar atascado, el Ever Given paralizó el transporte marítimo mundial y congeló casi 10 mil millones de dólares de comercio por día.

Cabe resaltar que, por eficiencia, la economía global depende sobre todo de cuatro rutas: el canal de Suez, por el cual viaja alrededor del 12% de las mercancías; el canal de Panamá, por el cual pasa aproximadamente el 3% del comercio; el estrecho de Ormuz, por el cual transita el 34% del petróleo que se transporta por mar, y el estrecho de Malaca, por el cual se traslada el 25% de los bienes. Por tanto, cualquier problema en estas rutas impacta de manera directa en todo el planeta, produciendo un efecto dominó a corto y mediano plazo, que demuestra la fragilidad de las cadenas de suministro actuales. Aunque en muchos casos no hay daños en la mercancía, esta llega fuera de tiempo debido al retraso de los embarques, lo cual es provocado por el cierre de puertos, el confinamiento, la falta de personal, la interrupción en las rutas y las decisiones de las autoridades locales o mundiales.

Como la seguridad total no existe y toda actividad humana conlleva riesgos, depende de nosotros, los especialistas en gestión de amenazas, asesorar a las empresas para que minimicen las posibles consecuencias de un evento dañino. Sin embargo, los usuarios deben comprender que el seguro no puede evitar que pierdan un contrato o un cliente, sean objeto de multas o penas por incumplimiento, salgan del mercado o vean mancillada la imagen de su negocio. Por tanto, solo la combinación de un buen plan de contingencia, una actualización al ritmo de los avances tecnológicos y un seguro bien estructurado podría garantizar la continuidad de su negocio.



Riesgos climáticos, amenazas sistémicas con múltiples brazos

Los riesgos climáticos son las posibles consecuencias adversas en la vida, la salud, los ecosistemas, los activos (financieros, sociales y culturales), los servicios y la infraestructura, que se derivan de la materialización de una amenaza relacionada con el clima. En nuestro XXX Congreso, Juan Pablo Restrepo, director de Tendencias y Riesgos Hidrometeorológicos de Suramericana (Sura), abordó la clasificación, el impacto y la gestión de los riesgos climáticos, así como los retos y las oportunidades del sector asegurador en relación con estos peligros. Entérate de todo aquí.

A grandes rasgos, la evolución tecnológica ha permitido observar y comprender mejor la realidad de las condiciones sociales y ambientales globales, evidenciando muchas problemáticas relacionadas con la desigualdad, la sobreexplotación de los recursos y los cambios abruptos que hemos provocado en la naturaleza. Para contener y aminorar nuestro impacto ambiental, han surgido diversas iniciativas a nivel mundial que se han consolidado en acuerdos, regulaciones y organismos que velan por su cumplimiento.

El calentamiento global ha aumentado la frecuencia, intensidad y costo de los riesgos climáticos físicos agudos, que son originados por eventos extremos, como ciclones tropicales, inundaciones, sequías, olas de calor, incendios, deslizamientos, fuertes lluvias y erosión costera; físicos crónicos, que son ocasionados por cambios a mediano o largo plazo, como la acidificación de los océanos, el aumento de la temperatura o el nivel del mar y las alteraciones en la intensidad o la frecuencia de las precipitaciones, y de transición (políticos, legales, tecnológicos, reputacionales y de mercado), que abarcan las posibles pérdidas financieras derivadas de las transformaciones sociales o regulatorias causadas por el cambio climático y la adopción de una economía más sostenible.



La planeación estratégica en la administración de riesgos climáticos exige analizar las amenazas; comprender su capacidad de impacto sistémico, es decir, la posibilidad de que afecten un negocio o sector en cualquier punto de la cadena de suministro, sin importar el sitio dónde se materialicen, y encontrar oportunidades, como eficientar los recursos, usar energía renovable, reinventar los productos o servicios, penetrar en nuevos mercados y desarrollar la resiliencia, para disminuir las posibles pérdidas y contribuir a mejorar la calidad de vida de todos los seres del planeta.

Para darnos una idea de la amplia gama de riesgos climáticos, Juan Pablo Restrepo mencionó afectaciones en estructuras, equipos, instalaciones, excavaciones, infraestructuras, sistemas de riego, terrenos de siembra, cosechas, mano de obra, financiamiento, ejecución de labores, cumplimiento de compromisos, transporte de carga o pasajeros, experiencia de consumidores y turistas, gastos, ingresos, atracciones naturales o artificiales y generación, demanda, distribución y precio de semillas, materias primas, insumos, productos, servicios y energía.

Con respecto a los riesgos climáticos, el sector asegurador enfrenta importantes desafíos.



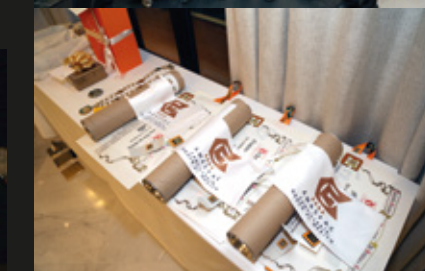
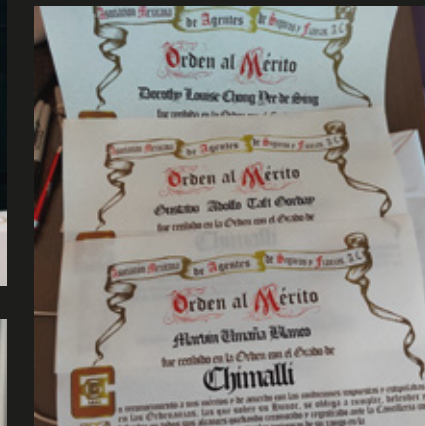
Algunos de estos ejemplos son exclusivos de un sector, pero otros son comunes para dos o más industrias. Por eso es esencial la administración de los riesgos climáticos en cualquier esfera, la cual se compone de cuatro fases: **identificación**, en la que se inspecciona, analiza, caracteriza y valora la amenaza en relación con las operaciones, la cadena de valor y el entorno; **evaluación**, en la que se prioriza el riesgo de acuerdo con el nivel de exposición, la intensidad de la amenaza, el grado de vulnerabilidad y las pérdidas que ocasionaría su materialización; **reducción y control**, en la que se implementan modelos de predicción y medidas de mitigación de amenaza, y **financiación**, en la que se acepta, retiene o transfiere el riesgo.

Con respecto a los riesgos climáticos, el sector asegurador enfrenta importantes desafíos, como la brecha en coberturas, la carencia de mecanismos de transferencia para cubrir impactos indirectos, el aumento en la frecuencia de fenómenos extremos, la falta de acceso a información especializada, la necesidad de asegurar zonas que antes no estaban amenazadas y la creación de nuevas formas de atracción y fidelización de clientes. Sigamos trabajando juntos para superar estos retos y aprovechemos las oportunidades para mejorar la gestión de los múltiples riesgos climáticos.

Cena de Gala



Orden al Mérito



Patrocinador:
La Compañía Internacional de Seguros, S.A.,
cuenta con 113 años de operaciones en Panamá.
En la cena estuvo su presidente ejecutivo, Mauricio de la Guardia L.

Intermediación digital, un ecosistema de retos y oportunidades

Isidre Mensa, presidente ejecutivo de MPM Insurance Software Solutions, nos acompañó en el Congreso realizado en Panamá y nos habló de la digi-intermediación, es decir, de cómo digitalizar las tareas de asesoramiento de seguros para ser más eficientes.

Para empezar, Isidre Mensa aclaró que la digitalización no consiste únicamente en desarrollar e implementar herramientas tecnológicas que funcionen de manera interna en la empresa, pues esto no tiene ningún significado si no se integra al cliente, quien es la razón de ser del negocio. En seguida, mencionó los cinco principales factores de la digitalización:

- 1. Conectividad en la nube.** Permite la integración de sistemas (API).
- 2. Cambio generacional.** Pone en el centro la experiencia del cliente y la autenticidad de la oferta.
- 3. Redes sociales.** Son decisivas para las compras, pues permiten compartir opiniones, reseñas o experiencias en torno a productos y servicios.
- 4. Movilidad.** Exige la conectividad 24/7 y la posibilidad de desarrollar tareas de manera remota.
- 5. Big data.** Se refiere a la capacidad de aprovechar la enorme cantidad de datos de los usuarios.

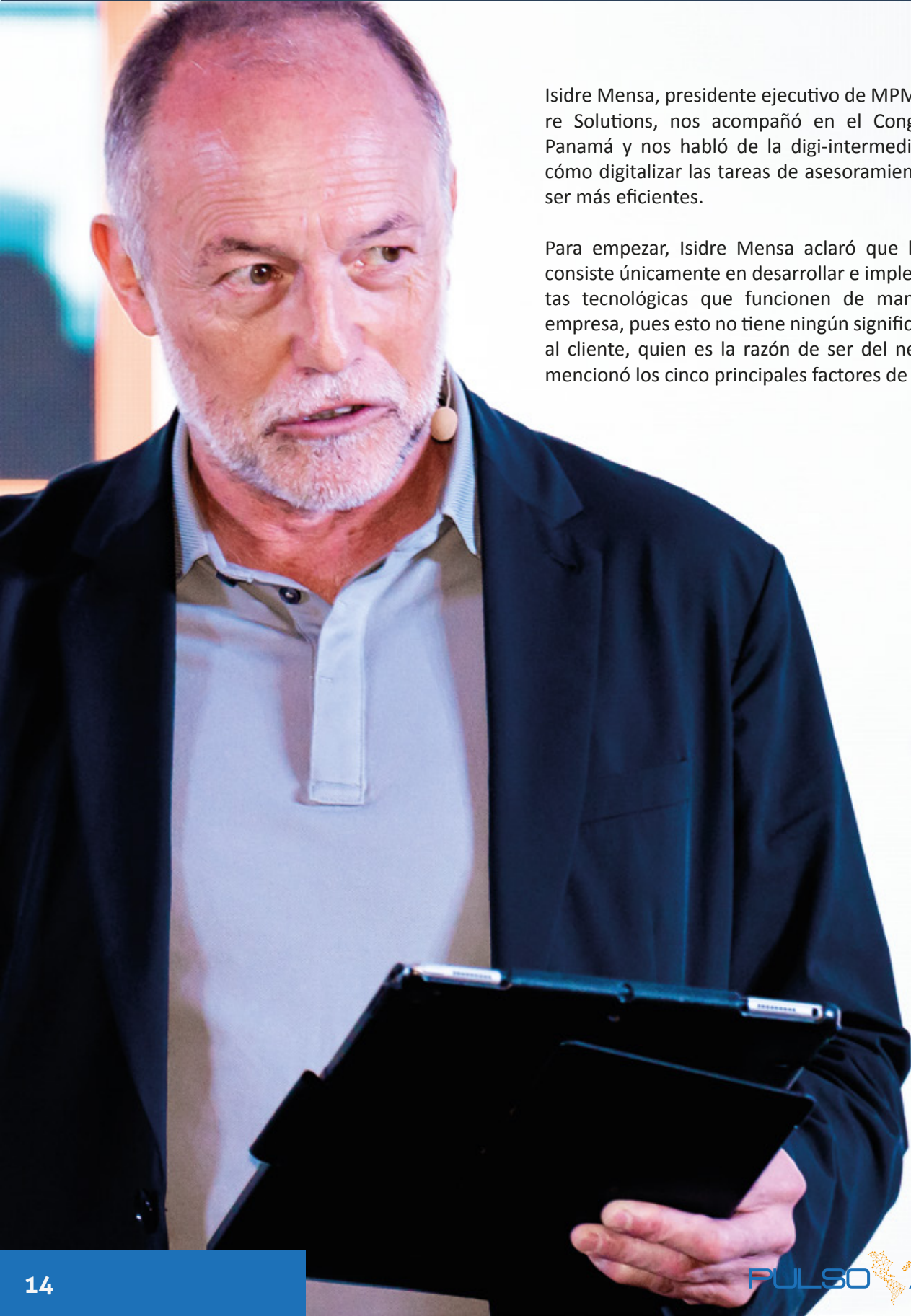
Luego, el experto mencionó los tres grupos que abarcan las tendencias de la digitalización en el mundo del seguro:

- 1. Preferencias del cliente.** Incluye la innovación digital y la movilidad, para mejorar la experiencia del usuario; los servicios de valor añadido, para diferenciar el negocio y construir relaciones más fuertes con los consumidores, y la analítica de datos avanzada, para impulsar la rentabilidad de la empresa y mejorar la experiencia del asegurado.
- 2. Dinámicas del mercado.** Incluye la economía colaborativa, que ha impulsado el surgimiento de nuevos productos; la redefinición de la distribución aseguradora, que ha permitido la entrada de empresas especializadas en una parte de los procesos, como las insurtech, y la desagregación de la cadena de valor, que implica la creación de nuevos canales, como agregadores y chatbots.
- 3. Tecnologías emergentes.** Incluye el uso de la blockchain para aumentar la seguridad y la rapidez de las operaciones o los procesos; la aplicación de la inteligencia artificial en la cadena de valor del seguro, y el aprovechamiento del internet de las cosas (IoT) para generar nuevos modelos de productos y obtener datos sólidos.

Por supuesto, dentro de este contexto, el productor o asesor de seguros inteligente es aquel que, además de estar orientado hacia el cliente, es colaborativo, eficiente y digital. Este intermediario aplica la innovación tecnológica para atender al usuario desde cualquier lugar y a través de todo dispositivo o canal, así como para agilizar o automatizar al menos una parte de los procedimientos, y entiende que la digitalización debe enfocarse primero en los procesos, luego en la inteligencia de negocio y finalmente en la experiencia del usuario. Este profesional de la gestión de riesgos también comprende que, aunque el cliente tradicional prefiere el trato en persona y el millennial opta por las redes sociales, la atención ofrecida a ambos se fortalece con el uso de los canales digitales.

Por tanto, la transformación digital del productor o asesor de seguros debe enfocarse en conocer al cliente y comunicarse con él; gestionar, organizar y volver eficientes los procesos; mejorar las herramientas y los modelos de negocio para aumentar las ventas; lograr una mayor sinergia con las aseguradoras, e integrar soluciones de terceros, permitiendo la conectividad con sistemas externos. Además, debe apostar por la omnicanalidad, es decir, por el uso sincronizado y planeado de todos los canales disponibles, integrándolos para que la experiencia del usuario sea fluida y coherente. Finalmente, debe considerar qué quiere el cliente, qué permite la tecnología y qué puede ofrecer el negocio, para lo cual resulta indispensable el aprovechamiento de los datos.

Digitalizar las tareas de asesoramiento de seguros implica ser más eficientes, poner al cliente en el centro y utilizar la tecnología como un factor facilitador. A propósito de esto último, los empresarios debemos familiarizarnos con las herramientas, inspirar el cambio para garantizar su adopción y tanto motivar como incentivar su uso.



Futuro del productor de seguros

¿Es posible un mundo sin seguros y sin intermediarios?

- Joseba Angulo

En el último día de actividades del XXX Congreso Iberoamericano COPAPROSE CAPECOSE, el director ejecutivo del Instituto de Estudios del Seguro (España), Joseba Angulo, expuso los desafíos y oportunidades que condicionan el porvenir de la intermediación de pólizas, abriendo el espacio para la reflexión con unas preguntas muy agudas: ¿es posible un mundo sin seguros y sin intermediarios?, ¿podemos permanecer ajenos a los cambios que la revolución digital está produciendo en todos los ámbitos de la sociedad?, ¿debemos mantener un modelo de negocio con altos costos internos cuando los nuevos competidores usan sistemas de gestión más avanzados que les permiten reducir costos?, ¿es adecuado que sigamos sin plantearnos nuevas formas de hacer y gestionar nuestra labor?, ¿es correcto que permanezcamos al margen de los efectos de la transformación digital en las funciones típicas de la intermediación?, y ¿podemos afrontar la transformación del modelo de negocio sin una adaptación personal y cultural que nos permita estar abiertos a la adquisición de nuevos conocimientos que faciliten el cambio?

Joseba Angulo habló de un contexto volátil, incierto, complejo y ambiguo, que solo es posible superar si desarrollamos la capacidad de adaptación, diferenciamos la oferta y diversificamos las líneas de negocio. Este contexto está marcado por tres elementos:

1. Pandemia.

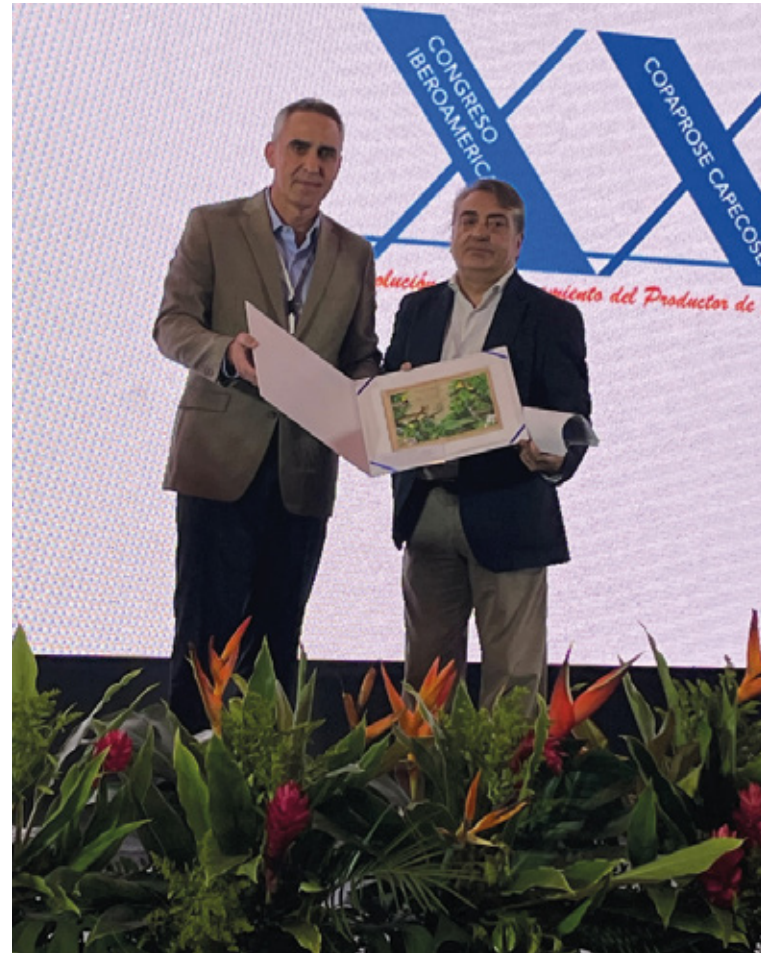
Aceleró la digitalización, despertó la responsabilidad ecológica, cambió los usos y las relaciones sociales, modificó tanto el consumo como la economía y generó un nuevo cliente.

2. Impactos geopolíticos.

Provocaron la nueva globalidad, los cuellos de botella en la distribución, la burbuja inflacionista, el aumento de las tasas de interés y la desaceleración del crecimiento.

3. Transformación digital.

Abarca el teletrabajo, los nuevos modelos de negocio, el desarrollo tecnológico, la inteligencia de datos, el enfoque en la oferta de servicios, la hiperpersonalización y el uso de tecnologías emergentes, como los big data, la blockchain, el IoT y la IA.



En este contexto han surgido amenazas para el modelo de intermediación de seguros, las cuales se relacionan con el desconocimiento de las necesidades de los nuevos clientes; el creciente impacto de la tecnología, la desintermediación digital impulsada por la aparición de otros jugadores, el incremento de costos y el relevo generacional.

Cabe destacar que, de acuerdo con la información presentada por el experto, las máquinas desarrollan cada vez más tareas que los humanos; sin embargo, aunque la robotización ya nos aventaja en el procesamiento de datos, seguimos a la vanguardia cuando se trata de comunicación, interacción, razonamiento, toma de decisiones, coordinación, desarrollo, gestión y asesoramiento.

Así pues, el futuro del productor de seguros se caracteriza por una serie de desafíos: la burbuja inflacionista y la crisis económica persistentes que provocarán tanto la caída del ahorro y el consumo como la contracción del PIB; la integración sectorial a través de alianzas, concentraciones y fusiones; los mayores requerimientos de solvencia y el nuevo marco normativo, como Solvencia II y Basilea III; la alteración del paradigma tradicional de inversión; los nuevos canales y competidores; los cambios en el perfil del cliente y el consumo; los productos y servicios que responden a necesidades más diversas, específicas y cambiantes, así como los seguros bajo demanda; los

nativos digitales; la omnicanalidad; la mayor exigencia del cliente más informado; el relevo generacional; la adaptación y capacitación constante que permita la especialización y la diferenciación; las políticas ESG; la sostenibilidad; la distribución inteligente, y los riesgos digitales.

Por tanto, el sector asegurador debe desarrollar productos o servicios que pongan en el centro al cliente; formar profesionales que ayuden a tomar decisiones inteligentes con un asesoramiento especializado, diferenciado y personalizado; implementar aplicativos informáticos que nos ayuden con la gestión del negocio, provoquen un mayor acercamiento de los usuarios, disminuyan las cargas administrativas, generen menores costos e incrementen la eficiencia; generar nuevos modelos de negocio y propuestas de valor; apostar por la excelencia en los procesos y la sencillez de los productos; adoptar una cultura corporativa de aprendizaje; vigilar la caducidad de los contenidos, y propiciar una formación adecuada que impulse la transformación digital y social.

El futuro del productor de seguros se caracteriza por una serie de desafíos

- Joseba Angulo

ChatGPT,

una IA intuitiva y aliada del sector asegurador

01010111100010100101010100101011110001010010101010

La Inteligencia Artificial (IA) está avanzando cada vez más, así que ha llegado el momento de ponernos a la altura de las nuevas circunstancias y explorar sus amplias posibilidades. Por eso, Juan Delgado, consultor estratégico de DG Nanotech, nos introdujo al uso de ChatGPT en nuestra industria. Entérate de los puntos que él abordó en nuestro XXX Congreso Iberoamericano.

La IA es una tecnología que imita las redes neuronales del ser humano, para crear máquinas con capacidades cognitivas e intelectuales que aprendan de la experiencia, se ajusten a nuevos datos de entrada y realicen tareas de manera automática. Las herramientas especializadas con IA han ganado terreno en diversas industrias, pues permiten, por ejemplo, generar todo tipo de contenido (imágenes, audios, videos o textos), aumentar la productividad, simular conversaciones, potenciar la estrategia de redes sociales y codificar.

Entre las múltiples herramientas o plataformas que aprovechan la IA se encuentra ChatGPT, una aplicación de chatbot especializada en el lenguaje y el diálogo, cuya popularidad y cuyo potencial sorprenden cada vez más.

En el sector asegurador, esta herramienta puede ayudarnos a mejorar el servicio, facilitar la interacción, detectar fraudes, realizar evaluaciones o análisis de riesgo más precisas, conocer a los clientes (KYC), combatir el lavado de dinero



(AML), automatizar el proceso de cotización y suscripción, cumplir compromisos y formular recomendaciones personalizadas.

Esto es posible gracias a que la IA de ChatGPT procesa grandes cantidades de datos de manera eficiente, entiende y genera texto de forma natural e identifica patrones sospechosos. Sin embargo, debemos advertir que el uso de esta tecnología plantea desafíos con respecto a la privacidad y la seguridad de los datos, así que las

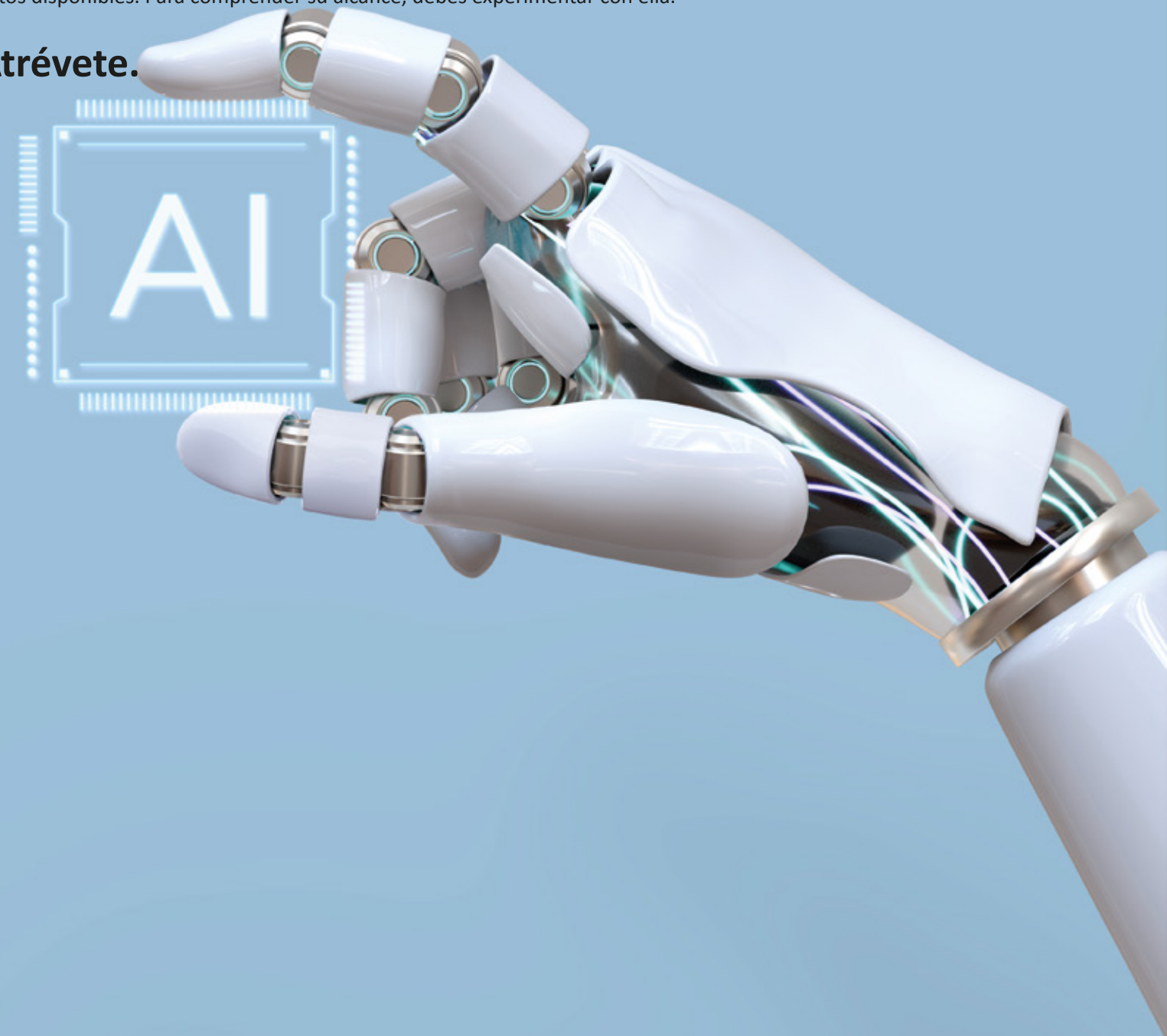
compañías deben implementar medidas sólidas para garantizar la protección de la información sensible de sus clientes. A pesar de esto, la adopción de ChatGPT en el sector asegurador responde a una decisión estratégica para impulsar la transformación digital.

01010111100010100101010100101011110001010010101010

El uso de ChatGPT se traduce en una mayor eficiencia que permite reducir costos, optimizar tanto la experiencia como la satisfacción del usuario y personalizar las ofertas de seguros de acuerdo con las necesidades individuales de los clientes, pero no sustituye al intermediario ni cambia cómo aplicamos la disciplina, el sentido común, el sentido de urgencia y la psicología de los consumidores en los negocios. Por tanto, esta tecnología no constituye una amenaza, sino una oportunidad que enriquece nuestra labor.

Para usar ChatGPT, que ahora también cuenta con una aplicación disponible para iOS y Android, solo se necesita crear una cuenta (<https://openai.com/>), iniciar sesión y comenzar a interactuar con la IA. En ciertos aspectos, esta herramienta nos recuerda a los asistentes de voz y a los buscadores de internet; sin embargo, va mucho más allá, ya que puedes realizar peticiones o preguntas sumamente específicas, que la IA tratará de atender o responder de la manera más acertada, usando los datos disponibles. Para comprender su alcance, debes experimentar con ella.

Atrévete.



Junto\$ contra el lavado de dinero



Junto\$ contra el lavado de dinero

- La posibilidad de valerse de la revisión hecha por terceros en Argentina, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Uruguay; la imposibilidad de ello en Brasil, Chile, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela.

Para finalizar su intervención, Neftalí Garro comentó que, aunque ni el Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) ni la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) exigen que los países apliquen medidas de antilavado de dinero en seguros de no vida, en la gran mayoría de las naciones encuestadas se ha impuesto esta carga.

Claudia González afirmó que llenar el formulario de información financiera no tiene ninguna utilidad práctica, pues la exposición del sector asegurador al riesgo de lavado de dinero es muy baja o nula, así que en su país se ha pedido la eliminación de esta carga que no genera valor agregado. Además, resaltó que los intermediarios no sabemos qué decir a los clientes sobre cómo se maneja esta información y por qué no se solicita a todos.

Elisabeth Vogt agregó que no todas las aseguradoras aceptan la misma documentación, por lo que se atrasa la entrega de pólizas, así que sería bueno contar con manuales que eviten la subjetividad, expliquen las razones concretas de por qué sí o no se acepta un documento, mejoren los procesos y reduzcan el riesgo de que no se pague la póliza a tiempo y, por tanto, no haya cobertura.

Gustavo Taft recordó que GAFI estableció las primeras normas de antilavado de dinero en 1990 y que, desde entonces, el principal objetivo de ellas ha sido la identificación de los clientes, manteniendo un registro de sus transacciones en un periodo y reportando a las autoridades las actividades sospechosas, para lo cual las instituciones financieras deben capacitar a su personal y desarrollar medidas de control proporcionales a los riesgos que infieren, estableciendo sistemas de monitoreo avanzado, herramientas de verificación de identidad y bases de datos actualizadas, que se deben complementar con la mejora continua tanto de sus prácticas como de su capacidad de adaptación y con una relación sólida con el sector asegurador. El experto, quien tiene 47 años de trayectoria en nuestra industria, no ha visto un caso específico de lavado de dinero en seguros.

Zaide Alba Cavagliano agregó que solo saldremos adelante si logramos explicar a nuestros aseguradores cuál es la función del productor de seguros, pues este tiene la obligación de informar y no de convertirse en un investigador privado, y Neftalí Garro añadió que no se trata de no hacer nada, sino de hacer lo necesario de una manera racional y práctica.

El lavado de dinero se relaciona con cualquier actividad ilícita, como secuestro, trata de personas y corrupción, y no solamente con la venta de narcóticos. Para hablar del rol del productor de seguros con respecto a las medidas de antilavado de dinero, se reunieron Neftalí Garro, abogado y socio de BLP Legal, Elisabeth Vogt, presidenta entrante de nuestra confederación, Zaide Alba Cavagliano, presidenta saliente de la Asociación Dominicana de Corredores de Seguros (ADOCOSE), Claudia González, presidenta ejecutiva de la Asociación Colombiana de Corredores de Seguros (ACOAS) y Gustavo Taft, socio presidente de la Alianza de Intermediarios de Seguros (Panamá). Si quieres conocer o recordar los puntos tratados por estos expertos en la última edición del Congreso Iberoamericano COPAPROSE CAPECOSE, sigue leyendo.

Para comenzar el panel de discusión, Neftalí Garro comentó que Insuralex, red global de más de 50 firmas líderes de abogados especialistas en seguros y reaseguros, realizó una encuesta en 14 países de América Latina para analizar de manera comparativa las obligaciones de los intermediarios en relación con la regulación en materia de antilavado de dinero. Los resultados de la encuesta están disponibles en un informe que se lanzó en vivo durante el congreso y se puede consultar en <https://rb.gy/0972s>. Entre los principales hallazgos de esta iniciativa se encuentran:

- La existencia de una normativa legal general en todas las naciones participantes y de una diferenciada en 11 de ellas –Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, República Dominicana, Uruguay y Venezuela–, por lo que solo en 3 –Colombia, Guatemala y Perú– no hay una normativa diferenciada.
- La aplicación de los mismos controles para todos los ramos de vida o no vida en 12 países, aunque con mayor o menor intensidad en algunos casos, siendo República Dominicana y Uruguay las dos naciones en las que el control solo se aplica a seguros de vida y relacionados con inversión.
- La existencia de una normativa especial para la debida diligencia del cliente (DDC) simplificada en 12 países, pues en Chile y Venezuela no hay.



Junto\$ contra el lavado de dinero



MOMENTOS COPAPROSE

El análisis puntual del riesgo es primordial para fijar responsabilidades en torno a las medidas de antilavado de dinero, lo cual deben tener en cuenta qué instituciones de seguros supervisan las operaciones. Al respecto, Elisabeth Vogt subrayó que las aseguradoras deben encargarse de identificar, evaluar y mitigar el riesgo de este tipo de operaciones y que los intermediarios, aunque somos fundamentales para ayudar a que se cumpla la obligación, no deberíamos tener ciertas cargas, como las establecidas en México: guardar la información para entregarla si la autoridad lo requiere. Además, nos exhortó a capacitarnos y trabajar en conjunto para concientizar a la población sobre la importancia del seguro; la necesidad de recopilar información del cliente para combatir el lavado de dinero, y el cuidado en los datos personales, que el sector tiene con esta información privada y personal.

Nuestra presidenta también señaló los retos de simplificar los procesos, mecanismos y formatos de control; invertir en la seguridad de los sistemas para que la información no sea vulnerable a ciberataques o usos indebidos; combatir la desconfianza de los consumidores; enfrentar el requisito –en México–, impuesto por algunos usuarios, de firmar un contrato de confidencialidad, lo que implica otro riesgo para quienes solo somos intermediarios, y reducir la desventaja con respecto a los operadores de bancaseguros, quienes comercializan mucho más rápido las pólizas porque ya cuentan con la información de identificación financiera de sus clientes. Finalmente, destacó la importancia de no atacarnos y trabajar en equipo tanto para ayudarnos entre nosotros como para proteger y servir mejor a los usuarios.

Neftalí Garro agregó que deberíamos aspirar a la unificación; Zaide Alba Cavagliano añadió que en realidad no debería exigirse todos los elementos como requisitos para cada operación, sino de acuerdo con los riesgos, y Claudia González comentó que los intermediarios no deberían tener la carga de guardar la información de los clientes, puesto que el propósito de que la recopilen es que viaje hasta el organismo de análisis financiero para que este la revise, y de firmar un contrato de confidencialidad cuando la información financiera recopilada no solo se entrega al productor de seguros, sino también al banco o a cualquier otra institución que la solicite, por lo que, de acuerdo con GAFI, no tiene la característica de ser reservada o ultrasecreta.

Zaide Alba Cavagliano expresó que debemos comunicar a todos los asociados de Copaprose las buenas prácticas que se han incorporado, para que cada uno de ellos y su regulador tanto las implementen como observen qué falta por hacer. No se trata de replicar todo, sino solo aquello provechoso.



Cóctel de bienvenida patrocinado por Mapfre. Dirigieron un mensaje: Moira Romero, CEO América Central, Regional Sur Centro y Gerardo A. Corrales Haddad, gerente general para Panamá.

Plan de Trabajo

En el bienio que acaba de comenzar, los integrantes del nuevo Consejo Directivo de la Copaprose se proponen seguir fortaleciendo la cultura del seguro, la profesionalización de los intermediarios, la imagen del sector asegurador y la presencia de nuestra confederación. Para ello, desarrollarán acciones en seis ejes:

1.Cultura y formación.

Abarca la actualización de la página web de CPPS, el despliegue de campañas de mercadotecnia, el impulso de la educación financiera, la capacitación de los intermediarios y el uso de Pulso Asegurador como herramienta de difusión y educación.

2.Relaciones internacionales.

Implica el acercamiento a asociaciones clave, como la FIDES, la ASSAL, la IAIS, la WFII y la BIPAR, para participar y expresar nuestras opiniones en reuniones clave, influir en las resoluciones y fortalecer nuestro papel como intermediarios.

3.Digitalización.

Comprende la colaboración con la asociación insurtech, el desarrollo de plataformas y la mejora tanto en la eficiencia como en la competitividad a través de la transformación digital.

4.Regulación.

Involucra actividades que permitan el avance tanto en cuestiones de regulación del sector asegurador como en políticas públicas que fomenten la transparencia y la equidad en nuestra industria.

5.ESG.

Envuelve el compromiso con la implementación de prácticas responsables y sostenibles que prioricen cuestiones ambientales y sociales, velando por el futuro del planeta y la humanidad, y permitan mejorar tanto la imagen como la sostenibilidad del sector asegurador.

6.Fortalecimiento de la organización. Concentra el intercambio de experiencias; la revisión, integración y reincorporación de miembros, y la formación de mesas de trabajo más diversas. Todo ello con el fin de construir un sector asegurador más fuerte y unido.

Estamos seguros de que, con estos ejes, nuestro Consejo Directivo conseguirá muy buenos resultados, pero te recordamos que tu participación es esencial para ello, así que trabajemos juntos.

