

BCR CORREDORA DE SEGUROS, S.A. INFORME DE FIN DE GESTIÓN
Se elabora el presente Informe de Fin de Gestión, de conformidad con la normativa interna vigente en el Banco de Costa Rica, las Directrices N° D-1-2005-CO-DFOE emitidas por la Contraloría General de la República aplicables a la Institución y la Ley N° 8292 "Ley General de Control Interno"
Nota: Si requiere más espacio, puede utilizar hojas adicionales identificándolas bajo una numeración consecutiva y con una referencia hacia al ítem.
Dirigido a: Jorge Monge Pineda Fecha del Informe: 29 de septiembre del 2011 Nombre del Funcionario: Alexis Cascañe Morales Nombre del Puesto: Jefe de Canales de Comercialización Unidad Ejecutora: 0433 Periodo de Gestión: año 2011
Presentación: En el siguiente espacio realice un resumen ejecutivo sobre el contenido del informe.
<p>La Corredora de Seguros es una empresa que nace con la apertura del mercado de seguros, donde se ha llevado un proceso que ha permitido iniciar una competencia real con productos y dar los primeros pasos a principios de este año, ya que en un inicio el tiempo fue utilizado por los diferentes participantes del mercado en los procesos de inscripción y aprobación por la SUGESE, para iniciar un proceso de acreditación de productos. Todo este tiempo fue de preparación y no fue tan efectivo para los clientes ya que las opciones no se tenían disponibles. A inicios del 2011 las aseguradoras fueron desarrollando un proceso de comercialización mucho más efectivo, con productos que el mercado podía comparar. La Corredora desarrolla un proceso de negociaciones de contratos que permiten la operatividad en todos los aspectos a considerar entre la Corredora y las aseguradoras, así nos aseguramos operar bajo un sistema acordado y seguro para nuestros clientes.</p> <p>La Corredora en su planificación desarrolló una estructura para fortalecer los diferentes equipos, con los cuales se atienden segmentos y metas asignadas en cada uno de ellos. Una expectativa fue que el mercado, evolucionaría de tal forma que presentara nuevos productos y con mayores beneficios que pudieran ser usados para comercializar con el mercado meta definido.</p> <p>Sin embargo este proceso da inicio en una actividad de competencia real hasta a finales de primer trimestre del 2011, donde se ve que existen clientes que toman otras alternativas de aseguradora que no sea el INS. Este paso de nuevas alternativas fue en pasos, de manera que se fueran conociendo los productos por el público en general.</p> <p>Los actores como son el ente regulador de seguros la SUGESE, aseguradoras, intermediarios y clientes, inician un proceso de acomodamiento y de conocimiento de cómo el mercado esta regulado y cuales son las oportunidades que se tienen. En este paso la Corredora de Seguros requiere dejar claro su posición dentro del mercado, iniciando una serie de reportajes en revistas y otros medios que promuevan el conocimiento de los clientes, también se diseña un flujo que se comparte con las aseguradoras para que conozcan cual es nuestro modelo de comercialización bajo una perspectiva objetiva e imparcial donde las aseguradoras tendrían las mismas oportunidades ante el cliente y que la decisión final sería del cliente dependiendo de los atributos de los productos y las necesidades del cliente su escogencia.</p> <p>También en noviembre del 2010, se aprueba el nuevo reglamento de comercialización, haciéndose necesario ajustar estructura, documentación y procesos para atender las nuevas obligaciones. Entre ellas se atienden las nuevas disposiciones en el área comercial y un porcentaje del área colectiva, ya que la estructura no estaba preparada en su conceptualización para atender las nuevas disposiciones que vinieron con el cambio de ordenamiento jurídico. También se han dado cambios de operación comercial, ya que la competencia ha promovido actividades externas que afectan los resultados de las proyecciones, como fueron guerra de precios, baja de tarifas directas sobre los productos, los cuales beneficiaron a los clientes, por sus nuevas tarifas y costos, sin embargo las comisiones fueron menores a las proyectadas.</p> <p>Otros factores internos es la falta de recurso humano, el no logro de la profundidad de línea que afecta el primaje promedio y aunque la efectividad sobre la prospección es superior en la mayoría de los casos, son factores que intervinieron para el logro de las proyecciones.</p> <p>En lo referente al control interno en este periodo no se ha producido la autoevaluación, sin embargo se estaría desarrollando en el cuarto trimestre del año. También podemos mencionar que control interno realiza una revisión del área y sugiere mejorar en algunos aspectos que fueron atendidos, algunos de ellos están fuera del área de canales de comercialización, sin embargo en su momento se vieron con el área de operaciones y administrativa financiera para mejorar los aspectos mencionados.</p> <p>Lo referente a los logros y proyectos establecidos, definitivamente fue importante haber desarrollado una estructura que pudiera atender parte las nuevas necesidades del mercado, aunque la misma fue proyectada en el 2010, sin conocer que estaríamos al frente de cambios que requería producir ajustes para maximizar los recursos y atender las necesidades comerciales del nuevo reglamento. Al mismo tiempo se desarrollaron negociaciones con las aseguradoras del mercado que fueron aprobados por la Gerencia General, esto nos trae desarrollos y procesos nuevos dentro de la corredora para tener la mejor operatividad de los productos que se negocien de cada aseguradora, las cuales deben atenderse por las diferentes áreas de la corredora.</p> <p>Con la disponibilidad de las nuevas opciones del mercado, nos dimos a la tarea de mejorar en primera instancia las condiciones de las pólizas colectivas del Banco, buscando mejores beneficios, fue así como se lograron grandes disminuciones en tarifas, ingresos por participación de utilidades y cambios operativos en beneficio de nuestros clientes.</p> <p>Los beneficios que se adquirieron por pólizas colectivas, también fueron utilizados para atender clientes del área comercial que pudieran incluirse en la misma. En continuidad de la competencia se presentan actuaciones de aseguradoras donde por ganarse al cliente realizan actividades que para nuestra actividad como corredora no lo son permitidas, esto nos genera desarrollar reuniones en forma continúa con las diferentes aseguradoras, refrescando nuestros flujos de procesos de comercialización, donde la objetividad y transparencia solo nos permite actuar de esa forma.</p> <p>Las proyecciones comerciales definidas en 2010, para el periodo 2011, muestran el logro comercial en el primer semestre de un primaje de 946 Millones de colones. Logrados en condiciones donde hubo factores, como fue guerra de precios, falta de Recurso Humano, disminución de primaje promedio, disminución de tarifas, los cuales influyeron en los resultados de medio periodo.</p> <p>El mercado continúa en un proceso de apertura, con nuevos factores jurídicos como el contrato de seguros, que deben de estudiarse y ajustar lo necesario para continuar maximizando los recursos actuales. En los factores internos se debe lograr una mayor negociación con las áreas de soporte de conglomerado he interna de la corredora, o relacionado con las aseguradoras se continuará trabajando con ellas para para mejorar procesos que nos permitan mayores ingresos con menores costos.</p>
<p>Referirse a la labor sustantiva de la institución o unidad ejecutora a su cargo según corresponda.</p> <p>La labor que se realiza en la Corredora de Seguros es la comercialización de seguros por medio correría bajo el sistema de asesorías a los clientes a sus diferentes necesidades que puedan tener ya sea empresas, como en personas físicas. En este proceso se consideran varios participantes, como lo son los clientes finales, los intermediarios como BCR Corredora, las aseguradoras y los órganos que regulan esta negociaciones como es la SUGESE. La corredora tiene dentro en su organigrama diferentes áreas como es Operaciones, Control Interno, Cumplimiento, auditoría, Administrativo financiero y el área comercial. Todas las áreas se interrelacionan en diferentes momentos y son necesarias para el diario operar de la Corredora de seguros. El área de Canales de Comercialización es un área que tiene dentro de su estructura varias sub áreas: Producto y Mercado, Servicio al Cliente, y Comercialización local y regional. Lo referente a producto es un área que desarrolla la relaciones con cada aseguradora, promoviendo los contratos necesarios para operar con cada una de ellas, también desarrolla productos para diferentes segmentos de clientes, según las estrategias de la gerencia. Su gestión es desde el diseño de los productos, desarrollarlos en conjunto con una Aseguradora, desarrollar la operativa necesaria con otras áreas internas de las corredora y utilizarlo en los segmentos definidos. En esta área también se desarrolla el mercadeo de la corredora, con sus campañas de publicidad, compras de productos promocionales y sus diferentes Participaciones en los diferentes reportajes. Lo referente a servicio al cliente es un área con con su supervisor donde se atiende todo lo relacionado a las solicitudes de cotización que se nos hace vía electrónica, visitantes en el sitio, atención de recolecciones de la colectividad, también tiene a cargo el área de reclamos, atendiendo los casos que se presentan donde el cliente hace uso de los beneficios de las pólizas. La comercialización local y regional, es un área donde lo lleva un supervisor que le da seguimiento a un plan comercial, donde le da soporte a los corredores y también lleva los informes de como cada mes, los cuales serán parte de los informes para la gerencia, junta directiva. En esta área debe tomarse en cuenta el reglamento de comercialización que debe ser acatado, en las diferentes áreas de la corredora. Se deben de negociar con las aseguradoras sus mejores ofertas para los clientes que representamos dentro de nuestra gestión. En este periodo una de las variables vitales es el servicio al Cliente que será una acción que se desprenderá de cada una de las áreas de la corredora de seguros y que impacta al cliente en la experiencia de nuestro servicio.</p>
Indique los cambios habidos en el entorno durante el periodo de su gestión, incluyendo los principales cambios en el ordenamiento jurídico que afectan el quehacer institucional o de la unidad ejecutora a su cargo.
<p>Lo referente al entorno del periodo de agosto del 2010 a septiembre del 2011, definitivamente han cambiado las variables con las cuales se desarrollaron estrategias y planes de negocios para el periodo del 2011. Este proyecto inicia con los supuestos originales del 2010, con los cuales se desarrollan los del 2011, en este caso las nuevas proyecciones fueron realizadas sobre proyecciones de como se estaría finalizando el 2010 al final de periodo.</p> <p>Las proyecciones fueron respaldadas por un plan donde incluían factores como: estructura de la corredora, en este caso los recursos humanos y recursos materiales suficientes para lograr los objetivos, el crecimiento del mercado, con aseguradoras con nuevos productos, que promueva mucho más interés de adquisición del mercado y un ordenamiento jurídico sólido que promueva una libre competencia en una forma transparente y objetiva. También dentro de las proyecciones se determinan variables como lo son: el primaje promedio, efectividad, tarifas, guerra de precios y otros que han desarrollado como básicas y que la integración de las mismas nos generan las proyecciones, en todo caso el movimiento de alguna de estas variables promueven el cambio en el resultado de las proyecciones.</p> <p>Lo referente a los aspectos jurídicos que están impactando se tiene el ingreso del reglamento en noviembre del 2010, donde nos exigen entre otros las tres ofertas, llenar la documentación necesaria y otros sin embargo la estructura pensada en el 2010, para el 2011 no contempla estos cambios, quedándonos como alternativa ajustar la estructura y maximizar su uso del recurso. En este momento esta disposiciones, se tratan de atender, en el área comercial en un cien por ciento y en lo colectivo un porcentaje de su totalidad. También se han presentado factores no jurídicos, tanto internos como externos como lo son: La entrada de recurso humano, siendo consiente que las proyecciones son determinadas por una producción de cada recurso humano, también la sustitución de personal, ha sido un factor que por la competencia de mercado se ha visto afectada y no ha sido fácil concluir en contrataciones necesarias en los momentos proyectados, con el objetivo de cumplir con las proyecciones esperadas. Los otros factores como guerra de precios, que es propiciado por la misma gestión de la corredora en beneficio de sus clientes, propiciando clientes fieles, sin embargo con esto recibimos ingresos menores ya que por competencia entre aseguradoras las comisiones no son las proyectadas. El tercero son los primaes promedios, donde la proyección contemplada en profundidad de línea, se tiene definido para cada segmento, esta profundidad contempla los productos de mayor comercialización, con diferente profundidad dependiendo de mercado o segmento atendido. La efectividad es el cuarto es un factor también importante se proyecta un porcentaje de efectividad dentro del plan comercial, el cual en la mayoría de lo caso fue logrado por encima de lo estimado, esto con un gran esfuerzo de los corredores. Los factores anteriores en conjunto con una competencia no correcta con los otros intermediarios, promueven una serie de factores que hacen que las proyecciones no sean cumplidas y más bien se requiera ajustar estructuras y estrategias para mantener carteras que en el pasado casi eran automáticas en su renovación. El siguiente factor que esta interviniendo sería el contrato de seguros.</p> <p>Existen aseguradoras que por su perfil no son compatibles para trabajar con BCR Corredora, esto desde un análisis de la gerencia sobre factores que no son convenientes para la corredora, ni para nuestros clientes. También existen aseguradoras que traen estándares externos, pero que nos se ajustan a nuestro mercado, es posible que con ellos se logren muy poco negocios. El ingreso de nuevas aseguradoras para cerrar el periodo 2011, esperaríamos que fueran de mayor fuerza en aspectos como las tarifas y mayores beneficios que lo existente en el mercado. Se espera que no existan mayores cambios en el cuarto trimestre que permita ser mucho más efectivos en los resultados establecidos.</p> <p>En resumen han existido factores tanto internos, como externos que han impactado la consecución de los resultados esperados, se esta trabajando en ajustar las estructuras y en la contratación del personal necesario para completar los equipos requeridos. También se ajustan los primaes promedios, ya que los mismos por los efectos de las variaciones del mercado actualmente no son efectivos, los ajustes en las tarifas por ejemplo de automóviles, la línea de incendio comercial y otros dificultan se pueda mantener las proyecciones originales desarrolladas en agosto del 2010.</p>

