

**E**n un escenario marcado por la aceleración tecnológica y los cambios en los patrones de consumo, las compañías de seguros han apostado por la implementación de herramientas tecnológicas enfocadas en fortalecer el rol de los corredores y optimizar los procesos de intermediación.

“No se trata solo de digitalización: hablamos de una nueva generación de corredores que, impulsados por la tecnología, están redefiniendo el rol del seguro en la sociedad”, dice el director de la Asociación Gremial de Corredores de Seguros de Chile (Acoseg), Sebastián Ozimica. Entre las herramientas que, asegura, “están cambiando el juego”, menciona las plataformas CRM avanzadas (softwares diseñados para gestionar las relaciones con los clientes), modelos de recomendación basados en inteligencia artificial (IA), la automatización de procesos de cotización y emisión, e incluso interfaces web para venta 100% digital.

Estas soluciones han sido diseñadas para “facilitar la gestión integral de pólizas y mejorar significativamente la experiencia del cliente”, sostiene Grupo Insurex. La firma añade, entre las principales funcionalidades disponibles en el mercado, a los comparadores de coberturas, sublímites y precios, los botones de pago integrados, la emisión en línea de certificados

# EL CORRETAJE DE SEGUROS SE TRANSFORMA CON TECNOLOGÍA Y PROPÓSITO



Modelos de recomendación basados en inteligencia artificial, simulación y contratación de pólizas en línea y sistemas de tracking de siniestros, son algunas de las tecnologías que están innovando el trabajo de los corredores de seguros. POR ANDREA CAMPILLAY



**“Las aseguradoras más proactivas también están empezando a adoptar un cambio cultural a nivel empresarial para reducir los silos, impulsar su talento y lograr un enfoque más ubicuo en el cliente,” dice el gerente senior de asuntos regulatorios y riesgo financiero en Deloitte, Héctor Tapia.**

de cobertura que “garantizan acceso inmediato a documentación crítica” y los sistemas de tracking de siniestros que permiten hacer un seguimiento detallado del estado de cada caso, fortaleciendo la transparencia y la comunicación con el cliente.

“Las aseguradoras más proactivas también están empezando a adoptar un cambio cultural a nivel empresarial para reducir los silos,

impulsar su talento y lograr un enfoque más ubicuo en el cliente”, complementa el gerente senior de asuntos regulatorios y riesgo financiero en Deloitte, Héctor Tapia y acota que, para las aseguradoras globales, esto puede incluir replantear cómo se comparten las capacidades entre geografías y líneas de negocio para impulsar una experiencia del cliente más consistente e integrada. A sus ojos, la

innovación tecnológica, la sostenibilidad, la personalización del cliente y las alianzas estratégicas “son pilares clave” para afrontar con éxito un entorno que cada vez evoluciona más rápido y es más complejo.

**El rol de las insurtech**

Ozimica cuenta que el avance de la transformación digital ha sido heterogéneo en el país y, si bien existen corredores altamente tecnificados que operan con procesos automatizados, otros aún dependen de los modelos tradicionales. Sin embargo, “el empuje de las nuevas generaciones, la exigencia de clientes más conectados y las necesidades sociales emergentes están forzando una evolución”, asegura el director de Acoseg.

En ese contexto, Ozimica destaca que las insurtech chilenas “han sido un catalizador fundamental en este proceso”, y hace énfasis en que lejos de reemplazar al corredor tradicional, muchas de ellas han optado por potenciar su rol como articuladores de confianza, ya que desarrollan herramientas que “les permiten operar con agilidad, gestionar información en tiempo real, y llegar a nuevos públicos con seguros más accesibles, inclusivos y con propósito”.

Citando el informe Latam Insurtech Journey publicado en enero de este año, Tapia destaca que “Chile se encuentra dentro de los países

con la tasa más alta de crecimiento en insurtechs en Latinoamérica, creciendo un 21% el último año y llegando a 80 insurtechs”.

**Potenciar la IA**

Debido al gran volumen de información que manejan las corredoras de seguros, una de las oportunidades que trae el uso de la inteligencia artificial (IA) para la industria tiene relación con “gestionar la privacidad de esos datos, que es la base de la confianza con sus clientes, además de dar cumplimiento a la Ley 21.719 de Protección de Datos personales que empieza a regir en diciembre de 2026”, explica el gerente general de Nubatech, Cristián Ojeda. A esto, añade el uso de estrategias que estudian o correlacionan los datos personales que sensibles que los clientes autorizan a utilizar –como edad, residencia, trabajo o cantidad de hijos– con su comportamiento de compra, para predecir productos que puedan requerir en materia de seguros, con base en su perfil, intereses o necesidades.

En este escenario, Grupo Insurex subraya que “está demostrado que los asistentes virtuales son una gran oportunidad para mejorar el viaje del cliente”, y resaltan que estos facilitan al corredor las tareas iniciales de captura de antecedentes, evaluación preliminar, resolver dudas, entre otras.