



# Fernando Losada

Subdirector General del  
Canal Tradicional de Groupama Seguros



*“La E2000 que conocía era esencialmente tecnología. La que conozco es además eficacia, compromiso y seriedad. Para mí E2000 es una actitud, una forma de entender el presente y el futuro del sector”*

**E2000:** ¿Qué posición ocupan los distintos canales de distribución en Groupama?

**Fernando:** Entendiendo la multicanalidad como creo que hay que entenderla, como un hecho natural, Groupama, como cualquier empresa de cualquier sector, tiene la obligación de proporcionar al cliente la posibilidad de elegir las vías que éste considere más adecuadas para satisfacer sus necesidades. Es esta razón, que está implícitamente relacionada también con una ineludible necesidad de adaptación a un entorno de cambio, la que determina que nuestra política comercial esté basada estratégicamente en un modelo de distribución multicanal.

Dentro de esta teórica diversidad, la mediación ocupa en esta estrategia un lugar decididamente preferente. Véase el dato, la distribución a través de mediadores representa un 84% del volumen total del negocio de la compañía a día de hoy (un 76% el año anterior). Esto, unido a la fuerte expansión que hemos experimentado en los últimos años, no dejan lugar a dudas respecto a que los mediadores son nuestra verdadera prioridad en materia de distribución.

**E2000:** En un contexto de crisis como el actual, ¿cómo cree que deben enfrentarse al mercado los corredores de seguros?

**Fernando:** La actual situación de la economía o más concretamente su repercusión en el sector seguros nos ha obligado a todos, entre otras iniciativas, a revisar nuestros ritmos de crecimiento, de expansión. Y nos ha obligado, sobre todo, a reducir nuestros gastos, en algún caso de forma significativa.

Creo que los corredores no deberían permanecer ajenos a esta realidad. El estrechamiento de los márgenes será una consecuencia natural de este proceso y la necesidad de revisar sus estructuras de gastos, ineludible. Ser más eficientes o, lo que es lo mismo, hacer más con menos, es la fórmula para enfrentarse con garantías a entornos de extrema competitividad. Esto se puede conseguir de formas muy diversas, depende de muchos factores, pero creo que una de las más recomendables es el asociacionismo en cualquiera de sus variantes. La mutualización de procesos, de servicios, incluso de la oferta será, en definitiva, una de la clave que permitirá a la mayor

*“La vocación de servicio a sus miembros es una constante que se aprecia en todo lo que E2000 propone, en lo que hace y en cómo lo hace. Inspira confianza”*

parte de los corredores actuales sortear con éxito las dificultades. Para ello es imprescindible dar el paso, renunciar al individualismo teniendo presente que unirse significa ser más grande, mejor y más fuerte.

Y finalmente, lo más importante, el cliente. Gráficamente, diría que en los últimos años los corredores han sabido desarrollar una política muy eficaz de acercamiento a las compañías y viceversa, pero ninguna de las dos partes hemos sabido aplicar

la política de clientes que necesitamos. Ni hemos aprendido, todavía. Y tenemos que tomar conciencia de que sin él no hay futuro, él, el cliente, es la puerta de salida para todos de esta situación.

¿Qué hacer?, tratar de conocerle, a fondo, lo mejor posible. Y para eso es imprescindible comunicación, asesoramiento, personalización de la oferta y del servicio. Sencillamente, marcar la diferencia con el resto de canales. La clave para conseguirlo: tiempo. Tenemos que liberar tiempo dejando de hacer muchas cosas que hasta ahora veníamos haciendo. Por ello también, además de por la reducción de gastos, es imprescindible avanzar en fórmulas de simplificación de la gestión puramente administrativa, la mutualización que antes mencionaba, y de definición, en paralelo, de un modelo de gestión comercial íntegramente orientado al cliente final.



**E2000:** ¿Qué nuevos proyectos de negocio tiene Groupama y que de manera especial afecten a los corredores de seguros?

**Fernando:** Yo destacaría fundamentalmente dos, el desarrollo de la conectividad y la renovación de nuestro catálogo de productos.

Haremos un decidido esfuerzo, de hecho lo estamos haciendo ya, por conseguir avanzar en materia de conectividad vía web service, hasta el límite de sus posibilidades. Este proyecto, para nosotros, ha trascendido los límites de lo tecnológico para convertirse en un importante objetivo de negocio puesto que, no solo facilita el tratamiento de los flujos de información, sino que, precisamente por esto, permite reducir costes y acortar los tiempos de respuesta, algo fundamental en términos de competitividad.

Por otro lado, estamos abordando una renovación de nuestro actual catálogo de productos. Acabamos de lanzar al mercado un producto de Autos totalmente novedoso y estamos preparando el lanzamiento de un index-linked, entre otros. En general, buscamos productos más adaptados a la demanda actual, más versátiles y más simples, configurados de tal manera que permitan alcanzar el mayor grado posible de personalización de la oferta, un claro valor diferencial futuro.

**E2000:** Ustedes están insistiendo mucho en los últimos años en la mejora del servicio final al cliente, ¿cómo puede ayudar el corredor en este terreno?

**Fernando:** La proximidad al cliente y el contacto humano son dos de los cuatro pilares estratégicos de Groupama. Por lo tanto, la búsqueda constante y la implementación de acciones que nos permitan ofrecer un mejor servicio son una máxima en nuestra estrategia comercial. Creemos que la proximidad es nuestro valor fundamental y lo es hacia todos nuestros grupos de interés. Sería imposible estar próximo a nuestros clientes si no lo estamos antes, por ejemplo, a nuestros empleados, proveedores y también, cómo no, a nuestra red de agentes y corredores.

Para cumplir con este objetivo de cercanía y proximidad, el mediador y corredor en particular desempeñan un papel fundamental. Si tenemos en cuenta que este canal representa, como decía antes, el 84% de nuestro volumen de negocio, resulta evidente que cada agente o corredor es una pieza clave para cumplir con nuestro objetivo de lograr la satisfacción del cliente.

De hecho, la principal razón por la que Groupama otorga un papel tan protagonista a este canal es porque de esta forma tenemos la máxima garantía de que el

Mi trayectoria profesional transcurre íntegramente en el sector, gran parte de ella vinculado a Groupama. Tras un período en dos diferentes compañías del sector, me incorporo en el año 1993 a la entonces Plus Ultra, realizando en este período distintas funciones: desde una dirección de sucursal en el origen (Lugo), pasando por dos direcciones territoriales (Norte y Noroeste), hasta esta última etapa en la que en el año 2005 me hago cargo de la actualmente denominada subdirección general comercial mediadores de Groupama.

*“Nuestra responsabilidad y objetivo es ofrecer al mediador todo lo que esté a nuestro alcance para que él pueda ofrecer el mejor servicio”*

asegurado sentirá cercanía, proximidad y comprensión de sus necesidades. Ese es el valor diferencial de la mediación y por este motivo Groupama apoya constantemente su posicionamiento en el mercado español.

Por otra parte, nuestra responsabilidad y objetivo es ofrecer al mediador todo lo que esté a nuestro alcance para que él pueda ofrecer el mejor servicio. Para conseguirlo experimentamos, hacemos uso de la innovación. Somos sin duda una de las compañías aseguradoras más innovadoras, estamos constantemente en la vanguardia tecnológica. Esto nos permite hacer uso de la tecnología web para ofrecer mejores servicios de una forma más eficaz y manteniendo siempre el nivel de cercanía, de proximidad al cliente.

**E2000:** ¿Cómo valora la relación de Groupama con E2000?

**Fernando:** En estos momentos podríamos definirla como excelente. Desde un punto de vista institucional ambas entidades compartimos, en gran medida,

una misma idea sobre cómo debe avanzar el sector asegurador en nuestro mercado y la mediación en particular. Y desde un punto de vista comercial, E2000 nos permite llegar a un importante número de corredores. Nuestro planteamiento con E2000 es un planteamiento de presente pero, sobre todo, de futuro, de valor estratégico.

De una u otra forma llevamos años trabajando conjuntamente y el reciente acuerdo que hemos alcanzado es la consecuencia del recíproco conocimiento y la confianza alcanzados en estos años.

**E2000:** En este marco, Groupama acaba de firmar un acuerdo comercial con E2000, ¿cuáles son las líneas maestras sobre las que pivota este convenio?

**Fernando:** Es un acuerdo de desarrollo, presente y futuro. Queremos tener una mayor cuota de participación en E2000 con una firme voluntad de permanencia y en este momento se han dado las condiciones oportunas para conseguirlo: disponibilidad, confianza y oportunidad. Además, nuestra visión de mercado y nuestras filosofías de



De izq. a dch. Ramón Monte, Higinio Iglesias, Juan José García, Fernando Losada, Pedro Vera, Paco Palacín y Julio Pérez.

trabajo están muy próximas. Estos son los pilares fundamentales de esta alianza. Evidentemente el acuerdo está soportado también en compromisos recíprocos ambiciosos y en contrapartidas a la altura, tanto económicas como de servicios.

**E2000:** Al presentar este acuerdo, ustedes se refirieron a E2000 como “socio estratégico”, ¿cuál considera que es el verdadero alcance de esta expresión?

**Fernando:** Creemos que E2000 es uno de nuestros socios estratégicos porque nuestra relación institucional y comercial nos permite desarrollar nuestra actividad atendiendo precisamente a esos pilares que antes mencionaba.

Somos una compañía generalista y a través de E2000 podemos llevar a cabo nuestra actividad multirramo. Somos una compañía que apuesta por la innovación para lograr la máxima eficiencia y eficacia de los procesos, una apuesta que comparte E2000 y que nos permite por lo tanto poder compatibilizar nuestras tecnologías. Somos una compañía con una clara convicción por la proximidad al cliente, una circunstancia que forma parte de la esencia de todos los socios de E2000. Y, por último, somos una compañía que cree en el contacto humano como medio de relación, algo que también comparten los socios de E2000 y sus representantes.

**E2000:** ¿Cuál es su valoración sobre el funcionamiento y las novedades tecnológicas de E2000?

**Fernando:** Sigo la evolución de E2000 desde hace algunos años y creo que como agrupación ha alcanzado su grado óptimo de madurez. Tanto la forma en que se

*“Nuestro planteamiento con E2000 es un planteamiento de presente pero, sobre todo, de futuro, de valor estratégico”*

*“Somos una compañía con una clara convicción por la proximidad al cliente, una circunstancia que forma parte de la esencia de todos los socios de E2000”*

vertebra la organización, como su funcionamiento o la elección de las prioridades en su oferta de valor, son difícilmente superables. La vocación de servicio a sus miembros es una constante que se aprecia en todo lo que E2000 propone, en lo que hace y en como lo hace. Inspira confianza.

La E2000 que conocía era esencialmente tecnología. La que conozco es además eficacia, compromiso y seriedad. Para mí E2000 es una actitud, una forma de entender el presente y el futuro del sector.

**E2000:** E2000 presentó su Plan Estratégico 2010-2011, entre cuyos objetivos se encuentra impulsar su actividad comercial y para ello se incluye el desarrollo de un catálogo de productos específicos que simplifiquen la labor del corredor. ¿Cuál es el grado de participación de Groupama a través de sus productos? ¿Van a desarrollar algún proyecto?

**Fernando:** Nuestra participación será lo más activa posible. Creemos que elaborar productos más fáciles para el consumidor es el camino, no ya solamente por la simplificación que suponen para la labor del corredor, sino porque el cliente los requiere, necesita claridad, concreción y simpleza.

Por tanto, nosotros participamos de esa idea y vamos a participar en su desarrollo creando, en una primera etapa, dos productos específicos para E2000: un producto de Autos y otro de Hogar, que están ya definidos y esperamos puedan estar en producción a lo largo del primer semestre del 2012.

Copyright © E2000  
Todos los derechos reservados