

actualidad aseguradora

MEDIACIÓN. FECOR, ACUERDO CON LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE ARBITRAJE.
MERCADO. XVII CONCURSO DE DETECCIÓN DE FRAUDES EN SEGUROS.
EMPRESAS. IV ESTUDIO ARAG: NIVEL DE CONFIANZA DE LOS ESPAÑOLES.

ENTREVISTA: PEDRO VERA, HIGINIO IGLESIAS Y JUAN JOSÉ GARCÍA



a mejor trato, más confianza
la Mediación valora la Atención al Cliente en el sector

entrevista

PEDRO VERA, presidente de E2000 Financial Investments, S.A.; **HIGINIO IGLESIAS**, consejero delegado de E2000 Financial Investments, S.A.; y **JUAN JOSÉ GARCÍA**, presidente de E2000 Asociación de Empresarios Mediadores de Seguros

“Queremos consolidar a E2000 como el canal de distribución de referencia en el sector”

LOS TRES PRINCIPALES DIRECTIVOS DE E2000 DETALLAN EN ESTA ENTREVISTA CONJUNTA LAS CLAVES DEL PLAN ESTRATÉGICO QUE PRESENTARON A PRINCIPIOS DE ABRIL. RESALTAN LA APUESTA POR CONVERTIRSE EN LA PRINCIPAL RED DE DISTRIBUCIÓN DE SEGUROS DEL PAÍS. EN ESTA LÍNEA SE QUIERE FORMAR PARTE DE MANERA ACTIVA EN EL SECTOR, DANDO SU OPINIÓN SOBRE TODOS LOS TEMAS DE RELIEVE Y PRESENTANDO PROYECTOS DE INTERÉS PARA LAS ASEGURADORAS. TAMBIÉN SE APUESTA POR UNA GAMA DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS, QUE APORTEN “VENTAJAS COMPETITIVAS” AL CORREDOR Y A SUS CLIENTES, Y POR UNA INICIATIVA EMPRESARIAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO, BAJO LA MARCA ‘SEGURAUTO’, QUE DISTRIBUIRÁ SEGUROS MULTIMARCA, INICIALMENTE DE AUTOMÓVILES, EXCLUSIVAMENTE A TRAVÉS DE INTERNET.

Manuel Chicote



Juan José García, Pedro Vera e Higinio Iglesias junto a miembros de su organización y a representantes de las aseguradoras participantes en el acto de presentación del Plan Estratégico de E2000

ACTUALIDAD ASEGURADORA' (en adelante 'A.A.').- A inicios de abril presentaron su Plan Estratégico 2010-2011, ¿cuáles son sus claves?

Pedro Vera.- E2000 ha decidido liderar un gran proyecto de futuro, comprometiéndonos de manera decidida con aquellas aseguradoras que comparten nuestra visión; con el apoyo de la experiencia y profesionalidad de la gran red de mediadores de nuestra organización, escuchando a los clientes y colocándolos en el centro de nuestra estrategia. Lo haremos con un objetivo claro: ofrecer al consumidor un producto combinado con un servicio profesional que satisfaga sus necesidades; y con una meta estratégica: consolidar E2000 como el canal de distribución de referencia en el sector asegurador español.

'A.A.'- En esa presentación hablaron de dinamizar, remodelar e impulsar el negocio asegurador, ¿cómo lo bajamos a la práctica?

Higinio Iglesias.- Lo haremos diseñando junto con las compañías, y a través de nuestra experiencia, productos diferenciados. Deberán aportar ventajas competitivas para el corredor y para sus clientes; también incorporaremos la imagen de E2000 como sello de garantía, calidad, servicio y atención personalizada, comprometiéndolo la imagen del propio corredor.

'A.A.'- ¿Qué otras iniciativas manejan?

Higinio Iglesias.- Nos apoyaremos en nuestro propio entorno tecnológico, optimizando para distribuir, comercializar y aportar soluciones que se anticipen al futuro. También tendrá un lugar importante la estrategia de Marketing y Comunicación desarrollada por nosotros de forma específica para cada producto, con el fin

APOYO DE LAS ASEGURADORAS

Al acto de presentación del Plan Estratégico 2010-2011, celebrado el pasado 1 de abril en el Ateneo de Madrid, asistieron un gran número de compañías aseguradoras con las que E2000 tiene proyectos en común. Tras la presentación



del Plan, a cargo del consejero delegado, Higinio Iglesias, los directivos de las entidades presentes pronunciaron unas palabras, en las que sellaron su acuerdo con la organización y resaltaron el deseo de trabajar juntos para ofrecer productos nuevos y novedosos al cliente. Las entidades presentes fueron: REALE, GENERALI, AXA, GROUPAMA, CHARTIS, SURNE, PREVISORA GENERAL, MUTUA DE PROPIETARIOS, ZURICH, DKV, EUROP ASSISTANCE, SOVAG y ALLIANZ.

de facilitar la aproximación comercial del corredor a las necesidades de nuestros clientes.

'A.A.'- Trabajan ya con un gran número de compañías, como quedó patente en el número de aseguradoras que les acompañaron en la presentación del Plan Estratégico. ¿Qué productos tienen pensado sacar en un futuro próximo junto a las entidades?

Pedro Vera.- Estamos creando y estructurando en estos momentos, a través de un catálogo de soluciones que cubre las prioridades inmediatas detectadas por nuestra red de corredores: Autos, Comunidades, Salud, Comercio, Hogar, Vida, Decesos y Accidentes, todo ello

“NUESTROS PRODUCTOS DEBERÁN APORTAR VENTAJAS COMPETITIVAS PARA EL CORREDOR Y SUS CLIENTES. A NUESTRA INICIATIVA INCORPORAREMOS LA IMAGEN DE E2000 COMO SELLO DE GARANTÍA, CALIDAD, SERVICIO Y ATENCIÓN PERSONALIZADA”

entrevista

REDES SOCIALES Y SEGURAUTO

'A.A.'- Hace poco contaba que su hija le ha dicho que "el correo electrónico era ya de viejos", que hoy había que estar en las Redes Sociales. Ustedes están preparando un proyecto de comercio electrónico que implicará la presencia en las Redes. ¿En qué consistirá y qué planes tienen al respecto?

Higinio Iglesias.- El mercado tradicional, tal y como hoy lo conocemos, dará paso en los próximos 3/5 años a un nuevo escenario de mercado dominado por el comercio electrónico como nueva forma para el acceso a unos asegurados cada vez más condicionados por el nuevo mundo de las Redes Sociales. Ante esta realidad incuestionable, en E2000 hemos decidido promover una iniciativa empresarial de comercio electrónico desarrollada desde nuestra S.A. entorno a la marca SEGURAUTO.

'A.A.'- ¿Qué es SEGURAUTO?

Higinio Iglesias.- Es una iniciativa empresarial que promovemos a través de la Sociedad Anónima y que tiene por misión desarrollar una empresa de Mediación para distribuir seguros multimarca, inicialmente de Automóviles, exclusivamente a través de Internet con dos metas prioritarias. Queremos ganar cuota de mercado relevante y también definir e implantar el rol que ha de jugar el corredor de seguros. Este proyecto empresarial se desarrollará en cooperación con otros socios que podremos avanzar en breve.

sustentado por una infraestructura tecnológica que nos permita comercializar de una manera ágil y eficiente. Esto representará nuestro valor real como una red de distribución con garantía de poder ser considerada en sí misma como un canal de venta a tener en consideración por el mercado.



Higinio Iglesias

LA MULTICANALIDAD NO TIENE DISCUSIÓN

'A.A.'- Vista su fortaleza durante esta crisis ¿debe estar tranquilo el sector cara al futuro?

Higinio Iglesias.- Pese a la profunda crisis económica, el sector asegurador español, nuestro sector, se está mostrando capaz de resistir y dar la cara ante adversidades. Esta fortaleza demostrada y su buen comportamiento ante las severas contingencias del mercado, muy probablemente hagan que la industria aseguradora sea en el futuro próximo un objetivo estratégico para el desarrollo de nuevos planes de negocio de diversificación y actividades de distribución de otros sectores, que agudizarán la ya existente y dura competencia entre canales.

'A.A.'- Y este cambio, ¿qué implicaciones concretas tendrá?

Higinio Iglesias.- En E2000 nos estamos preparando para afrontar el reto de un nuevo escenario asegurador más globalizado, más competitivo y exigente en todos los sentidos. Exigencias que nos vendrán impuestas por nuestros proveedores, las aseguradoras y por nuestros clientes; permanentes retos que nos obligarán a actuar más y mejor profesionalmente, que nos exigirán día a día tomar decisiones empresariales coherentes en una nueva realidad socioeconómica que cambia muy de prisa.

'A.A.'- En este entorno que dibuja más global, ¿tiene sentido discutir la multicanalidad? ¿Qué debe hacer la Mediación para aumentar su presencia?

Pedro Vera.- La multicanalidad ya no tiene discusión. Es una realidad y la Mediación debe estar presente. Nosotros entendemos, porque estamos en un proceso constante y en permanente evolución y transformación, que tenemos la obligación de identificar proyectos de especial interés, establecer compromisos y desarrollar valor añadido, siempre pensando en el futuro.

'A.A.'- Otro elemento importante es tener presencia en los órganos de decisión. ¿Por eso ustedes han luchado tanto por contar con representantes en la GEOE?

Juan José García.- Tenemos una importante participación en distintas Comisiones y Consejos: Economía y Política Financiera; Diálogo Social; Cargas Administrativas; I+D+i y en la Promoción de la Empresa. Con todo ello pretendemos analizar de forma permanente la actividad económica y socio-laboral de España, con el objeto de proponer soluciones para la mejora de la competitividad de las empresas.

VALORACIONES SOBRE EL SECTOR

'A.A.'- Una de estas acciones que menciona, la realizó con el envío de una carta a Ricardo Lozano pidiendo la modificación de la Resolución de Formación de Mediadores. ¿Qué le decía en esa carta?

Juan José García.- La nueva Resolución sobre Formación supuso una gran sorpresa, pues impedía al corredor, plenamente capacitado por exigen-

PREMIOS ROBERTO HERTOGS

'A.A.'- En mayo, y como homenaje a uno de sus fundadores, se ponen en marcha los Premios Roberto Hertogs a la Iniciativa Empresarial, ¿qué significado tienen los galardones?

Pedro Vera.- Hemos considerado promover la instauración del "Premio Roberto Hertogs a la mejor Iniciativa Empresarial de o para la Mediación Aseguradora Española" cuya primera edición será el próximo 31 de mayo en Madrid. Estos premios significan nuestro reconocimiento y gratitud a quien fue el principal impulsor de E2000, nuestro amigo Roberto Hertogs.



Pedro Vera

cia legal, formar a sus empleados en base a una experiencia profesional en el ejercicio de la actividad aseguradora o de mediación de seguros o de reaseguros, debiendo dejar en manos de terceros algo tan importante como su formación. Nuestra petición directa fue solicitar la reconsideración de este tema, dando lugar a la modificación de esa resolución.

“CUANDO UN PRESTAMISTA CONDICIONA LA CONCLUSIÓN DE UN PRÉSTAMO, EN UNAS CONDICIONES MÁS BENEFICIOSAS PARA EL PRESTATARIO, ANUDÁNDOLO A LA CONTRATACIÓN DE PÓLIZAS DE SEGURO, CONSTITUYE UNA PRÁCTICA CLARAMENTE ABUSIVA, QUE CONTRAVIENE EL PRINCIPIO DE LIBRE COMPETENCIA”

entrevista

'A.A.'- ¿Ha obtenido alguna respuesta?

Juan José García.- La respuesta fue una petición de que les comunicáramos a nuestros miembros que la eliminación que se ha producido en la Resolución será corregida en la próxima modificación del Real Decreto 764/2010, que regula materias de información estadístico-contable y del negocio, y de competencia profesional.

'A.A.'- Otra de sus acciones ha sido la pronunciación acerca de la Ley de Contrato de Crédito al Consumo (Ley CCC). ¿Por qué no les parece adecuado que se obligue a contratar un seguro?

Juan José García.- De la lectura de la parte del Anteproyecto de la Ley CCC que afecta a los seguros y los servicios auxiliares, manifestamos ante la propia DGSFP nuestra profunda preocupación en torno a su contenido. Entendemos que la diferencia entre "obligar" y "condicionar" es, en la práctica, un eufemismo para la industria bancaria. Consideramos que cuando un prestamista condiciona la conclusión de un préstamo, en unas condiciones más beneficiosas para el prestatario, anudándolo a la contratación de pólizas de seguro, constituye una práctica claramente abusiva, que contraviene el principio de libre competencia.

'A.A.'- ¿Qué problemas vislumbra?

Juan José García.- El establecimiento de este tipo de modos, solamente comportará que, cara a un futuro inmediato, el consumidor esté completamente "atado" a una sola entidad de crédito, puesto que se está ante lo que, sin lugar a dudas, podemos calificar como actividad perversa, que coloca al usuario dentro de un verdadero círculo vicioso.

'A.A.'- Ustedes han dado un paso adelante y han firmado un acuerdo para proteger al consumidor...

Juan José García.- Ha sido recientemente. Hemos firmado un convenio de colaboración con la Unión de Consumidores Españoles/Unión de Consumidores de Andalucía UCE/UCA. El objetivo es establecer cauces

"NOS ESTAMOS PREPARANDO PARA AFRONTAR EL RETO DE UN NUEVO ESCENARIO ASEGURADOR MÁS GLOBALIZADO, MÁS COMPETITIVO Y EXIGENTE EN TODOS LOS SENTIDOS. EXIGENCIAS QUE NOS VENDRÁN IMPUESTAS POR NUESTROS PROVEEDORES, LAS ASEGURADORAS Y POR NUESTROS CLIENTES"

de diálogo y de colaboración, comenzando desde ya a trabajar juntas en relación a este Anteproyecto de Ley de Contrato de Crédito al Consumo, actualmente en tramitación.

'A.A.'- Cuatro de sus propuestas para reducir cargas administrativas en la Mediación están siendo estudiadas por el Gobierno. ¿Conocen algún avance?

Juan José García.- Las propuestas ya están en manos del Ministerio de Política Territorial, organismo que se encarga de este tema desde octubre de 2010, con especial hincapié en la eliminación del envío semestral de la información contable y estadística, y, aunque se está trabajando arduamente con CEOE, no esperamos reacciones inmediatas. **O**



Juan José García, a la derecha, junto a Juan Moreno, presidente de UCE/UCA, en la firma del acuerdo entre ambas instituciones