

HIGINIO IGLESIAS, DIRECTOR DEL ÁREA DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN (A.S.I.) DE E2000

“Internet es un **ESPEJO** de la sociedad real”

Aunque, la reacción de los mediadores de seguros ante el nuevo escenario tecnológico ha sido, hasta la fecha, prudente; lo cierto es que las nuevas tecnologías pueden convertirse en una vía idónea para reducir costes y mejorar el servicio que se ofrece al cliente. Conscientes de ello, y de que “la tecnología ha llegado para quedarse”, en E2000 han desarrollado una serie de herramientas que ponen a disposición de corredores y corredurías, aunque no pertenezcan a su organización. Esta oferta tiene un matiz importante: “es una iniciativa empresarial de corredores para corredores; es una experiencia única y pionera que, día a día, crece en adhesiones, incluso fuera de nuestra propia organización”.

higinio Iglesias nació hace 40 años en Pravia (Asturias); en la actualidad es miembro del Consejo de Administración de E2000 Financial Investments S.A. y director del Área de Servicios de Información (A.S.I.), centro operativo que se enmarca en la estructura de E2000 Financial Investments S.A. y cuyo cometido se centra en desarrollo de software, proyectos tecnológicos, innovación y soporte técnico.

‘ACTUALIDAD ASEGURADORA’ (en adelante ‘A.A.’).- ¿En qué consiste el proyecto de E2000, que han llamado Servicio Integral de Nuevas Tecnologías? ¿Cuánto han invertido en él?

HIGINIO IGLESIAS (en adelante H.I.).- Más de una década de existencia como organización profesional de corredores y corredurías de seguros es tiempo suficiente para disponer de un cierto juicio acerca de cómo las nuevas tecnologías han incidido sobre la acti-

cambios reales

‘A.A.’.- ¿Qué cambios reales puede aportar al negocio de un mediador el servicio que ustedes comercializan?

H.I.- Mayor control del negocio, mejores oportunidades, ahorro de costes, incremento del valor de servicio al cliente, modernidad y mejor imagen profesional.

conocemos las necesidades

‘A.A.’.- ¿Qué diferencia su oferta de otras que pueden existir en el mercado? ¿Qué propone E2000 y cuáles son sus proyectos?

H.I.- E2000 pone a disposición de los mediadores, corredores y corredurías, un conjunto de herramientas tecnológicas. Nuestra oferta tiene un matiz importante: es una iniciativa empresarial de corredores para corredores; es una experiencia única y pionera que, día a día, crece en adhesiones, incluso fuera de nuestra propia organización. Conocemos las necesidades de los corredores porque somos corredores y, consecuentemente, diseñamos las soluciones. El capital empresarial es aportado por corredores y el mejor resultado a la inversión es, entre otros, productos que satisfacen sus necesidades y en cuyo diseño, concepto y evolución participa directamente. Es una iniciativa singular y muy gratificante.

vidad de Mediación. También es tiempo suficiente para comprender que una organización profesional como la nues-

tra, compuesta por más de 200 miembros, es capaz de dispensar internamente soluciones tendentes a dotarles de

aquellas herramientas apropiadas para desarrollar, con competitividad, su actividad profesional en plena sociedad de la información. Me refiero a soluciones tecnológicas para gestión (ebroker), presencia en internet, mensajería, B2B, B2C, soporte y formación, recursos que hasta la fecha han supuesto una inversión superior al medio millón de euros.

‘A.A.’- ¿Ha influido, y seguirá influyendo, el desarrollo de las nuevas tecnolo-

gías en la relación entre mediadores y compañías? ¿Y con relación al consumidor?

H.I.- Las nuevas tecnologías, es decir, la forma de transferir más ágil, rápida y eficazmente información, sin duda, afectarán y supondrán un punto de inflexión en las relaciones entre asegu-



doras-mediadores-consumidores. Posiblemente, las nuevas tecnologías combinadas con ciertas teorías emergentes de Marketing, acerca de la forma de gestionar la relación con el cliente, puedan poner en marcha iniciativas ante las que la Mediación ha de estar vigilante y preparada. Evidentemente, exis-

te una lectura más superficial, que es aquella que nos dibuja un escenario donde la tecnología posibilitará un ahorro de costes, simplificación y no duplicación de tareas, explotación de la información, conocimiento de las necesidades del cliente (CRM), etc.

‘A.A.’- Entonces, ¿considera que las nuevas tecnologías pueden ser una vía idónea para reducir costes y mejorar el servicio que se ofrece al cliente?

H.I.- Sí, claro. Es evidente. La evolución tecnológica es innata a la evolución de la sociedad y con ella la optimización de los recursos. Viene ocurriendo así desde siempre.

‘A.A.’- ¿Cómo valoraría la reacción de los mediadores ante el nuevo escenario tecnológico?

.....

conjunto de soluciones

A

Actualmente, E2000 dispone de un importante conjunto de soluciones entre las que destacan:

- 1) Ebroker: Plataforma de gestión integral para corredores y corredurías de seguros.
- 2) Presencia institucional en internet.
- 3) Intranet privada de servicios para asociados.
- 4) Servicios de mensajería
- 5) Red privada virtual nacional (VPN)
- 6) Web-Basic. Presencia individual de corredores en internet con gestor de contenidos.
- 7) SegurAuto. B2C segmento seguro de automóviles
- 8) Desarrollos personalizados de B2C / B2C
- 9) Soporte y formación
- 10) Servicios especializados de internet (registro de dominios, líneas ADSL, hosting, housing, etc)
- 11) Venta de equipos y componentes.

próximos pasos

'A.A.'- ¿Cuáles son los pasos que E2000 dará en el ámbito de las nuevas tecnologías, en 2004?

H.I.- En principio, pretendemos mantener la política de actuación desarrollada hasta la fecha; no obstante, existen dos líneas de actuación a las que concedemos alta prioridad:

- a) ebroker, como herramienta de metodología de gestión que facilita, a nuestra organización, un patrón común de conducta operativa en grupo, consolidando una auténtica red de distribución. Continuaremos implementando nuevas funcionalidades e innovaciones en el producto.
- b) Potenciar la Red Privada Virtual Nacional (VPN) y nuestro Data Center.

H.I.- Prudente. Es natural manifestar prudencia hacia aquello que irrumpe de forma tan violenta. Internet y las nuevas tecnologías han irrumpido con violencia en el mundo del seguro en general. En E2000 hemos intentado, desde un principio, "no perder este tren", haciendo llegar a nuestra organización el mensaje de que "la tecnología ha llegado para quedarse", lo que nos obliga a aceptarla y hacerla parte de nuestra vida profesional cuanto antes.

'A.A.'- El 'fracaso' de las compañías proveedoras de internet, hace un par de años, ¿ha influido negativamente en el desarrollo de internet?

H.I.- Todo lo que irrumpe de forma repentina y violenta, y además viene adornado de la aureola de "gran negocio", corre el riesgo de ser interpreta-

do de forma incorrecta. Es tan peligroso perder el tren como subirse en marcha o a una excesiva velocidad. Con internet ha ocurrido eso. Se ha visto como un fin en sí mismo, cuando, entiendo, sólo es un medio. El globo se ha hinchado, ha perdido gas y ahora se comienza a ver, más o menos, su volumen real. Sólo ha sido un aviso a navegantes, aunque para algunos con fatales consecuencias.

VARÍA LA COMPLEJIDAD

'A.A.'- ¿Qué importancia puede tener el 'tamaño' del negocio a la hora de optar por introducir el 'servicio integral de nuevas tecnologías' que ustedes comercializan?

H.I.- Nuestras soluciones son independientes del tamaño de la correduría. No obstante, resulta evidente que no re-

presenta la misma complejidad implantar una aplicación de gestión en una correduría con 1 oficina y 350.000 euros de cartera, que una correduría sucursalizada con 15 centros de trabajo y 30.000.000 euros de cartera.

'A.A.'- ¿Considera que el negocio electrónico puede suponer una amenaza para los mediadores si las compañías lo utilizan para establecer un contacto directo con los clientes?

H.I.- Como ya he dicho, internet es un medio en el que pueden convivir distintas estrategias de negocio asegurador. Hay sitio para la Mediación, corredores, y entiendo que hay un buen sitio. La Mediación ha de reformular esa ecuación que algunos están empeñados en dar como axiomática: "internet igual a venta directa". Le veo más futuro a esta formulación: "Internet = Producto Asegurador + Servicios Profesionales Independientes = Mayor calidad de servicio". Si el mensaje es claro, el consumidor optará por aquello que entienda que más le interesa. Si el mensaje es ambiguo por parte de las aseguradoras, es decir, aquí la Mediación aporta valor, aquí no, entonces el consumidor se verá confundido. Esto generará sin duda debate. Ya veremos.

'A.A.'- Internet, ¿es para los mediadores un medio o un fin?

H.I.- Entiendo que un medio. Un buen medio. Un escenario nuevo. No hay nada que me haga pensar que un internauta quiera renunciar al buen asesoramiento de un corredor de seguros a la hora de suscribir una póliza. Posiblemente, la forma y medio de prestar el asesoramiento van a ser nuevos, pero el concepto en sí mismo permanecerá. Internet es un espejo de la sociedad real, unos buscan productos gratuitos, otros baratos, pero siempre hay consumidores que buscan calidad y entienden que las cosas tienen su precio. Que esto sea así, es decir, que el corredor de seguros ocupe su propio nicho de negocio sólo depende de él mismo y de su actitud y posicionamiento en este nuevo medio.