



Higinio Iglesias

Consejero Delegado de E2000

» “NUESTRO ACUERDO EN MATERIA TECNOLÓGICA CON PELAYO PERMITIRÁ A NUESTROS USUARIOS OPERAR CON LA COMPAÑÍA DE UNA FORMA MUCHO MÁS INTEGRADA”

Hace unos meses los máximos responsables de Pelayo visitaban Pravia, la bella localidad asturiana donde se encuentra la sede tecnológica de E2000, con motivo del acuerdo que ha permitido adaptar los productos de Pelayo a la plataforma Ebroker. Una vez más Higinio Iglesias, Consejero Delegado de la organización, nos recibe en sus oficinas para contarnos el proceso de primera mano.

P_ ¿Cuándo y con qué objeto nace E2000 como organización de empresarios mediadores de seguros?

R_ E2000 nació en 1993 como una cooperativa y así transitó por el sector hasta el año 2000, momento en el que decidimos dar por amortizado el modelo y constituimos E2000 Asociación de Empresarios Mediadores de Seguros. Un año más tarde fundamos E2000 Financial Investments S.A., y de esta forma hicimos evolucionar el modelo hacia una organización basada en dos entidades, una asociación

y una sociedad anónima. Eran momentos difíciles, se estaban dando los primeros pasos de la concentración sectorial, por lo que vimos la necesidad de agruparnos y aunar esfuerzos tanto en el ámbito profesional como empresarial.

P_ Como organización agrupan a un colectivo de más de 500 corredores en toda España, ¿qué ventajas aporta el asociacionismo al canal de corredores?

R_ Aporta ventajas tanto en lo profesional como en lo empresarial. Se trata de

buscar un marco común que permita ser mejor en los dos ámbitos gracias a la dinámica de grupo.

P_ E2000 se instrumenta a través de dos entidades jurídicas: E2000 Asociación y E2000 Financial Investments S.A. Como consejero delegado de esta última, ¿cuál es la esencia de la actividad de la entidad?

R_ Entendemos por ámbito profesional la representación institucional, la formación, la asesoría jurídica, los servicios legales de

atención al cliente y blanqueo de capitales, etc., que tienen que ver con la esencia del corredor, con todo aquello que un mediador necesita para el desarrollo de su profesión. Esto sería objeto de la asociación. Con la sociedad anónima lo que buscamos es la implementación de las iniciativas desde una óptica empresarial; una forma ejecutiva de actuar, de poner en marcha las ideas como proyectos de negocio; por ejemplo, el desarrollo de acuerdos de distribución aseguradora y la implantación de infraestructuras operativas basadas en Tecnologías de la Información (TIC).

P_ Pelayo ha realizado la adaptación tecnológica de sus productos aseguradores de Autos y de Hogar a la herramienta de gestión de E2000, Ebroker. ¿Qué oportunidades de negocio brinda este acuerdo de cooperación tecnológica con Pelayo?

R_ Ebroker es una herramienta de gestión para la mediación, la gran infraestructura que hemos desarrollado y en la que hemos invertido mucho. Es un entorno donde el mediador opera y que le sirve para organizar su empresa internamente y, a la vez, estar conectado con el resto del sector. Nuestro acuerdo en materia tecnológica con Pelayo permitirá a nuestros usuarios operar con la compañía de una forma mucho más integrada, dentro del marco de nuestras infraestructuras tecnológicas.

P_ ¿Cuál ha sido la colaboración del equipo de Pelayo con E2000 para desarrollar con éxito la puesta en producción?

R_ Reconocemos que la relación ha sido excelente. Nos encontramos con gente

profesional, muy ágil. No nos conocíamos previamente, pero ha sido una experiencia absolutamente positiva para nosotros.

P_ ¿Qué próximos pasos están previstos en las relaciones entre Pelayo y E2000?

R_ Ahora que ya tenemos la tecnología sería muy interesante avanzar en acuerdos de distribución de seguros ya que es un buen momento para concretar y establecer oportunidades de negocio. Ya hemos puesto las vías del tren, es el momento de hacer circular vagones con mercancías.

“Reconocemos que la relación [con Pelayo] ha sido excelente. Nos encontramos con gente profesional, muy ágil”

P_ La tecnología ha cambiado también en el mundo del seguro. ¿Qué diferencia a E2000 en este sentido?

R_ Somos una empresa innovadora y tenemos mucha visibilidad en nuestras actividades TIC; y por ello queremos dejar claro que no formamos parte de la industria tecnológica. Somos mediadores de seguros e invertimos en tecnología para impulsar a los corredores que operan en nuestro perímetro a ser más eficientes y productivos. Queremos contribuir a modernizar el sector, hemos invertido mucho en ello y somos conscientes de que actualmente aportar valor es algo muy importante y ayudar al corredor a transformar su empresa en los retos de la nueva economía digital es un objetivo primordial para E2000.

P_ ¿Qué visión tienen del comercio electrónico?

R_ Es incuestionable que el consumidor está cambiando, aunque ahora, inmersos en pleno proceso, es difícil de percibir. Se podrá analizar mejor dentro de 8 ó 10 años. El sector asegurador se está transformando y ello repercutirá tanto en el modelo tradicional de negocio como en el modelo digital que está emergiendo. En la actualidad, la gente joven se acerca cada vez más a este modelo basado en la tecnología, en los social media, y se observan tendencias sobre todo en Reino Unido que indican que algunos clientes ya prefieren la oportunidad que ofrece el comercio electrónico. Si nuestro cliente cambia, nuestra empresa ha

de cambiar necesariamente; si no, estaremos perdidos.

P_ Internet como canal, como acceso para llegar al cliente ya es una realidad. ¿Es realmente una oportunidad que se está aprovechando por el canal de mediación? ¿Cuál es la apuesta de la mediación por invertir en tecnología?

R_ Consideramos Internet como un medio en el que se desarrollará un nuevo tipo de mercado. Hoy existe el mercado tradicional, el físico, es decir, el del trato personal. Pero además está Internet, que proporciona nuevas posibilidades y que fomentará nuevos perfiles de consumidor. Dentro de estos perfiles está uno de reciente creación, los "nativos digitales", es decir, las generaciones Z, los jóvenes que han nacido con un ordenador debajo del brazo, que ejemplifican la necesidad de adaptarse a la evolución de los tiempos. Además, las redes sociales representan una forma de entender las relaciones entre las personas, ofrecen una interacción con el consumidor mucho mayor y permite que un simple mensaje, lo que es un "tweet", pueda llegar potencialmente a miles de personas, generar reputación, tendencias, preferencias, prescripción... Son comportamientos y efectos impensables hace tan solo 3 ó 4 años.

P_ ¿Cómo vislumbra el futuro de los corredores como canal de distribución y cuáles son los factores que más van a afectarles a medio plazo?

R_ Tenemos claro que la clave principal para no perder el tren de este futuro que casi ya es presente es la innovación y la consecuente posibilidad de influir en el futuro del sector; innovar e influir, dos de las premisas de uno de los grandes visionarios del siglo, Steve Jobs. Renunciamos a vivir e interpretar un futuro sectorial escrito por otros; aspiramos a escribir también algunas líneas del mismo, a plantear nuevos modelos que influyan en lo que está por venir siendo proactivos. Visualizamos un mercado en el que cliente será el eje de todo. No son tiempos de hablar de exclusivas, son tiempos de aportar valor en la relación con los clientes y los proveedores. La ventaja competitiva del corredor de seguros será directamente proporcional al valor que sea capaz de aportar al proceso, ya que cada vez los clientes serán más expertos, exigentes y capaces de percibir con precisión cuál es nuestra aportación de valor añadido. Sin duda, vivimos momentos de oportunidad para aquellos que sepan interpretarlos y sean capaces de adaptarse a la nueva realidad. ■

