

“Comenzamos a comercializar un producto específico para la distribución aseguradora en 2001 y ese proyecto se ha convertido en la principal plataforma de distribución de España”, señala Higinio Iglesias, y añade que para 2016 esperan crecer en torno a un 20% en el número de corre-

dores y continuar con el proceso de internacionalización que han comenzado en Perú de la mano de JLT Group. “Hay un buen nicho de negocio en el mercado latinoamericano para soluciones de tecnología y vamos a apostar por ir ocupando posiciones en ese mercado”, apunta.

comenzado en Perú de la mano del grupo JLT contamos también con el ofrecimiento de ser su proveedor para todas las ciudades latinoamericanas.

Higinio Iglesias, director general de E2K

“En el mercado español prestamos infraestructura tecnológica a más de 500 empresas”

■ Mercedes Cobo

— **¿Cómo surgió E2K y cuál es su visión, y líneas estratégicas?**

— La empresa surge como tal en 2001, formada por un pequeño grupo de corredores de seguros que veníamos compartiendo una experiencia de grupo desde 1993. Ese año, constituimos una cooperativa de corredores de seguros en Salamanca, el objetivo de la sociedad en esos momentos era invertir capital para tener un marco de gestión de los negocios del seguro, para poder generar servicios desde un entorno empresarial único para los corredores de seguros que les diera una mayor capacidad en el ámbito de su actividad profesional y empresarial, y por otra parte invertir en tecnología. Empezamos a desarrollar un sistema de software que atendiera de una forma específica las necesidades de los corredores de seguros. En 2001 comenzamos con un proyecto, ebroker en Asturias, para el desarrollo tecnológico. Dentro de la actividad de la distribución de seguros, hemos creado una red de corredores de seguros que es referente en el mercado asegurador español en cuanto a su capacidad de distribución de seguros y de su comercialización que se llama E2KBROKERNET, que agrupa a unos 140 profesionales, y hay que destacar que somos los propios corredores los que invertimos el capital para generar esta empresa de servicios.

Empezamos desarrollando tecnología para la actividad aseguradora porque la necesitábamos y porque pensábamos que iba a ser una pieza estratégica en el desarrollo de la profesión, pero nos dimos cuenta que podíamos hacer llegar esos logros en tecnología más allá de nuestros propios inversores y comenzamos a comercializar un producto específico para la distribución aseguradora, y ese proyecto de 2001 se ha convertido en 2016 en la principal plataforma de distribución aseguradora que hay en España. En este momento, prestamos infraestructura de tecnología a más de 500 empresas de corretaje de seguros en España y hemos empezado a operar en Latinoamérica. En 2015 hemos comenzado a operar en Perú, en una correduría que es la número dos del mercado y pertenece al grupo inglés JLT (Jardine Lloyd Thompson Group), y esto nos supone un reto muy importante en el ámbito de la internacionalización. Hemos intentado dar una cara práctica a la tecnología para que tenga una representación en las empresas y en sus cuentas de resultados. En estos 15 años de sociedad hemos aportado al sector asegurador buenas iniciativas de impulso para modernizar la distribución aseguradora, una actividad que en España es muy importante, prácticamente de los 55.000 millones de euros que mueve el sector, un 24% en no



ALEX PUYOL

AL TIMÓN

Asturiano de Pravia, Higinio Iglesias es CEO de E2K desde 2001. Graduado Social, corredor de seguros y experto en peritación, lleva vinculado al sector asegurador desde 1986. En 1991 creó el sistema ERP GAR-

Broker y en 1993 cofundó E2000 Cooperativa de Corredores de Seguros. Casado y con una hija le gusta pasar su tiempo libre con la familia, leer, la música y el cine. Práctica deporte siempre que puede y

es forofo del Real Oviedo. Presidente de Asecospa (Asociación de Corredores y Corredurías del Principado de Asturias), en 2006 recibió el Premio Gema al Desarrollo Tecnológico y en 2013 a la Innovación.

vida, estaba el año pasado en manos de corredores.

— **¿Qué factores les diferencian de otras compañías?**

— Nuestra competencia son el resto de los corredores, si nuestro producto es el servicio, nuestra competencia es quien compite por ofrecer lo mismo que nosotros. El sector de los corredores en España está muy bien identificado porque su actividad está sujeta a control administrativo. Desde que empezamos en 1993, se ha desarrollado en el sector un fenómeno

de asociacionismo, los corredores antes de fusionarse y crear empresas pasan por un proceso de cooperación, y esos procesos siempre han tenido un marco asociacionista. Nosotros nos distinguimos porque siempre nos hemos movido dentro del ámbito mercantilista, por eso somos una sociedad de servicios, pensamos que está bien aportar ideas pero si no se invierte capital, si no se generan entornos de negocio, no se pueden cambiar las cosas, y la única forma de generar recursos es a través de las empresas, por eso aunque en

España en el sector asegurador convivimos distinto tipo de entidades organizativas nosotros nos diferenciamos principalmente por ese espíritu mercantilista que hemos tenido desde el principio y que nos ha llevado a una posición de liderazgo en el sector.

— **¿Qué papel juegan dentro del sector asegurador español?**

— Somos una de las principales organizaciones de corredores tanto en número de individuos como en volumen de actividad, en estos años hemos creado estructuras de servicios y de recursos muy importantes, para ser una empresa de corredores de seguros, tenemos un entorno de activos y de recursos muy importante, actualmente tenemos casi 50 empleados y tenemos unos volúmenes de facturación relativamente altos y eso hace que detrás de las iniciativas que tomamos siempre haya una parte de implementación efectiva.

— **¿Cómo ha sido 2015 para su empresa?**

— En 2015 hemos tenido el mejor rendimiento de nuestra sociedad, como empresa hemos alcanzado una cifra próxima a los 3 millones de euros de facturación. En estos

“En 2015 hemos tenido el mejor rendimiento de la empresa”

“Vamos a aprovechar las oportunidades del mercado internacional sin desatender el nacional”

momentos somos unos 140 corredores en la red de distribución mercantil, y en el ámbito de usuarios de la plataforma de tecnología somos más de 500, con unos beneficios antes de impuestos que rondan los 350.000 euros. 2015 ha sido un buen año y viene a consolidar una tendencia creciente en la actividad de la empresa. Durante estos años nos hemos ganado el reconocimiento del sector asegurador, somos un referente por nuestra relación con las grandes compañías del mercado español y por nuestra relación con los corredores. El año pasado también ha sido muy relevante en el proceso de internacionalización.

— **¿Qué previsiones tienen para 2016?**

— Para 2016 esperamos continuar con un crecimiento del número de corredores que formen parte de la potencialidad de nuestra red de distribución, queremos crecer un 20% más desde el ámbito del negocio asegurador, y desde el ámbito del desarrollo de nuestros productos de tecnología las expectativas son inmejorables porque en este proceso de internacionalización que hemos

— **¿Qué ha supuesto para ustedes el acuerdo con JLT?**

— Este acuerdo nos abre unas posibilidades de negocio increíbles porque JLT como gran grupo asegurador tiene presencia en los principales países latinoamericanos. Poder acceder a estos mercados implica para nosotros una oportunidad de internacionalizar la actividad en todos esos países, respecto a lo cual debemos ser tremendamente prudentes porque es un reto muy importante. Vamos a comenzar por el mercado peruano que tiene unas características importantes como son la estabilidad, la seguridad jurídica, desarrollo de la economía, y en función de como avancen las cosas en Perú, iremos pensando cómo podemos acompañar a nuestro cliente JLT en otros países para ir desarrollando nuevas oportunidades de negocio. En 2016 esperamos responder a las expectativas tan importantes que se han depositado en nosotros.

— **¿Cuál es la situación actual del sector?**

— En 2015 el sector asegurador en España va a pasar de los 55.000 millones de primas, con un crecimiento que no va a llegar al 1% pero si señala un cambio de tendencia sobre todo porque hay dos tipos de negocio en seguros, el de vida y el de no vida, en este último los crecimientos son más atractivos, se están dando crecimientos del 2%, pero el comportamiento del ramo de vida, sobre todo en la parte que va a productos de inversión está retrayendo el crecimiento debido a un escenario de tipos de interés bajos, hay poca capacidad, por esos tipos de interés, de diseñar productos atractivos para los consumidores. La coyuntura económica está retrayendo el crecimiento en el ramo de vida y eso tira del sector ya que supone casi la mitad del volumen de negocio que el sector maneja, pero se espera una recuperación y las expectativas para 2016 son buenas. La crisis se va quedando atrás y todos esperamos que no haya nuevas circunstancias que vayan a comprometer estos escenarios de crecimiento, cuestión que está por ver, estamos en unos días difíciles para hacer grandes planes de negocio.

— **¿Cuáles son sus planes de futuro?**

— En el ámbito de la tecnología, seguir creciendo sosteniblemente en el mercado español, estar absolutamente comprometidos con los clientes, y en la medida de la capacidad, seguir creciendo de una manera sostenible. En el mercado español estamos ocupados en unas 500 empresas y esperamos seguir creciendo ahí de una manera sostenible dando prioridad al servicio. En el mercado internacional, aprovechar las oportunidades sin desatender el mercado español, generando recursos individuales para poder atender el mercado internacional y que realmente lo que consigamos en el mercado internacional también aporte ventajas al mercado español, esos son los planes principales, la internacionalización también como objetivo, hay un buen nicho de negocio en el mercado latinoamericano para soluciones de tecnología y vamos a apostar por, prudentemente y poco a poco, ir ocupando posiciones en ese mercado. Desde el punto de vista de los servicios a corredores, seguir incrementándolos, seguir creciendo en corredores bajo nuestra propia marca e intentar crecer en torno a un 20% en el número de corredores, y ser capaces de seguir diseñando buenos productos y servicios para que estos corredores cada vez tengan una mayor capacidad como empresarios y como profesionales.