



El Foro Euskalsegur celebrará su segunda edición los días 15 y 16 de octubre de 2015

Bilbao, 17 de octubre.- “Os convoco a la segunda edición del Foro Euskalsegur que celebraremos el próximo año en Vitoria los días 15 y 16 de octubre”. Son palabras de Iñaki Dur’sn, el presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Gipuzkoa y presidente del Consejo de Mediadores del País Vasco, en su intervención en el acto de clausura del I Foro Euskalsegur que tuvo lugar ayer viernes en la capital vicaína.

Alejandro Izuzquiza, director de operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros, abrió la segunda jornada de Euskalsegur con la conferencia “De qué manera la colaboración entre los mediadores y el Consorcio de Compensación de Seguros mejora el servicio del cliente asegurado”. Izuzquiza recordó las particularidades del Consorcio como compañía y que en su relación con los profesionales de la mediación “es completamente diferente que la que mantienen con el resto de las aseguradoras”. El directivo del Consorcio manifestó su convencimiento de que “compañías, mediadores y administración estamos en el mismo barco”.

Izuzquiza destacó que desde que el 1999 se firmó un convenio entre el Consorcio y los mediadores “nuestra relación ha sido siempre excelente”. El directivo recordó que el Consorcio es “la única aseguradora del planeta que no conoce a sus asegurados hasta que debe indemnizarlo”, y que el objetivo es que la actuación de su compañía sirva para “encauzar a un numeroso colectivo de asegurados del desconcierto inicial” a una solución satisfactoria. Para Izuzquiza, en las zonas en las que hay una buena red de mediadores “los trámites se agilizan”. El Director de Operaciones señaló que sería interesante y beneficioso que los mediadores cuando venden una póliza “dediquen cinco minutos a explicarle a su cliente que existe la garantía del Consorcio de Compensación”. Según una encuesta realizada entre asegurados indemnizados por el Consorcio en el embate de mar de 2014 en la cornisa cantábrica, “un 75% aseguraron que conocían el Consorcio”. En cambio, en otras zonas del país “a penas supera el 40%”.

En este sentido, Izuzquiza aclaró que es importante que el mediador oriente a su cliente sobre qué es un riesgo extraordinario y qué no lo es. Esta confusión genera un exceso de trámites para el Consorcio, que acaba denegando el siniestro, y genera “confusión y mala imagen al cliente”. Para el directivo el papel del mediador es relevante y buena prueba de ello son las cifras que demuestran “que la mayoría de las comunicaciones de siniestros llegan al Consorcio a través de los

mediadores”. Además, destacó que el mediador “aporta humanidad y profesionalidad en situaciones que son muy complicadas”.

Al término de la conferencia, Domingo Lorente, Secretario General del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, realizó una entrevista a Alejandro Izuzquiza. Lorente preguntó al directivo por quien recibe las comisiones que paga el Consorcio y que contempla la Ley. Izuzquiza aclaró que “estos importes, que son del 5%, van a las entidades aseguradoras” y lo que no determina la norma es qué hace después la aseguradora con esa retribución.

Mejorar la rentabilidad del mediador

La segunda sesión de la mañana se inició con una intervención de Claudio Aros, consultor del CECAS, sobre ‘Ideas para mejorar la rentabilidad de la cartera del mediador de seguros’. Aros trasladó la importancia de aplicar los principios del marketing relacional que consisten en diferenciar a los clientes , establecer variables y aplicar modelos psicográficos (por su actitud ante el seguro). Aros “si no haces diferencias en tu cartera es muy difícil aumentar la rentabilidad”. El consultor del CECAS destacó que es muy “importante interactuar con el cliente y los mediadores lo hacemos poco”.

Tras su intervención, Aros moderó un debate con mediación y compañías en el se profundizó sobre cómo se afronta desde ambas perspectivas la relación con el cliente y la mejora de la rentabilidad, en el que participaron mediadores y compañías.

José Luis Mañero, presidente del CECAS y vicepresidente del Consejo General, aseguró que “hablar de marketing relacional en la mediación es complicado cuando la mayoría de empresas del sector cuentan con menos de cinco empleados”. Mañero apostó por que las aseguradoras colaboren con la mediación y para ello es imprescindible que “exista confianza entre el mediador y las aseguradoras, ya que sería necesario trasladar a la compañía las bases de datos de la mediación y eso es algo que inquieta”. Por otra parte, Mañero manifestó que “el ritmo de implantación del Plan Estratégico de la Mediación no está siendo tan rápido como queremos desde el CECAS, a pesar de que los casos en los que ya se ha puesto en marcha los resultados son muy positivos”.

Iñigo Lizarralde, director comercial de Mutuavenir, explicó que “los datos de los que disponen los mediadores son de baja calidad y hay que empezar por perfeccionar esas herramientas”. Lizarralde destacó que “la mediación sigue teniendo al cliente y el primer paso para aprovechar ese tesoro es conocerlo bien y crear bases de datos eficaces”.

José Antonio Gómez, corredor de seguros, destacó que “agradezco a todas las compañías los esfuerzos que hacen por ayudarnos a vender más, pero no aciertan”. Gómez aseguró que “los corredores nos estamos cargando de un montón de trabajo que no nos corresponde”. Para gestionar mejor nuestras bases de datos necesitamos “más tiempo y más recursos, que ahora ocupo en atender gestiones que no me tocan”.

Álvaro Iglesias, director de distribución intermediada de Liberty Seguros, afirmó que “las compañías estamos cumpliendo con las tareas que nos encomendó el Plan Estratégico de la Mediación y es necesario que cada mediador decida dónde quiere estar en el futuro”.

Fernando Urquiza, director del canal mediadores de Seguros Lagun Aro, “el cliente ha cambiado y si seguimos haciendo las mismas cosas no iremos bien. Hemos de conocer bien al cliente”. Urquiza destacó que “los mediadores han hecho bien la gestión del siniestro, pero hay que mejorar mucho en lo que debe ser el otro gran punto fuerte del canal que es el asesoramiento”.

El precio del cliente

La última sesión antes de la clausura del Foro respondió al título ‘El dilema de las aseguradoras: el precio del cliente’ y fue moderada por Adolfo Campos, director de INADE y contó con la participación de Iñigo Garay, director de marketing de Seguros Bilbao; Juan Carlos Echevarria, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Bizcaia y Miguel Ángel Lavín, agente exclusivo.

Garay aclaró que “no entiendo que se plantee que mediadores y compañías no van de la mano”. Tenemos “un mismo objetivo”, apuntó. El directivo de Seguros Bilbao reconoció que a las compañías si que les importa el tamaño.

Lavín, agente exclusivo de Pelayo, afirmó que “el tamaño es relevante para un mediador y eso es algo que puede corregir las compañías dando el mismo servicio a todos con independencia de su volumen”.

Echevarria, corredor de seguros, asegura que antes de firmar una carta de condiciones con una compañía “la paso al departamento legal y la analizamos”. En opinión del corredor, “las compañías cambian los productos, no para mejor y además no te avisan”. En cuanto a la gestión de siniestros, aseguró que “el servicio que nos dan las compañías es malo”.

Acto de clausura

Iñaki Duran, presidente de Consejo Vascos, agradeció a todos los presentes su participación en el Foro, el apoyo de las compañías y a los profesionales de los tres colegios vascos por su implicación. Durán destacó el “grado alto de satisfacción” de los tres presidente con el resultado de esta primera edición.

José María Campabadal, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, “felicitó a los tres colegios vascos por la valentía y acierto a la hora de organizar Euskasegur”. Campabadal explicó que “a los tres colegios vascos les hacía falta un evento como este para elevarse esos tres o cuatro escalones que por capacidad les corresponde”. El presidente del Consejo General recordó que el próximo año esta institución celebra su 50 aniversario y mostró su convencimiento en que “seremos un ejemplo para muchos colegios profesionales que ahora pasarán a ser de colegiación voluntaria”. Recordó que “somos la

organización de mediación más importante por número de Europa y Latinoamérica con más de 9.000 profesionales”. Campabadal afirmó que “tenemos muchas fortalezas que a veces olvidamos que las tenemos o no las reflejamos por un exceso de humildad”. El presidente del Consejo General anunció que el próximo año con motivo del 50 aniversario “vamos a realizar muchos actos por todo el país para reflejar lo que ha hecho esta institución por el seguro y por los consumidores”.

Mariano Gómez, Concejal delegado del área de Salud y Consumo del Ayuntamiento de Bilbao, declaró que “espero que en estos dos días hayan tenido la oportunidad de debatir sobre su actividad y proyectarla a la sociedad”. Animó a los tres colegios a continuar con el foro y “convertirlo en un referente a escala estatal”.

FOTOGRAFÍAS

1. Alejandro Izuzquiza, director de operaciones del Consorcio de Compensación de Seguros
2. Los integrantes de la mesa moderada por Claudio Aros
3. De izquierda a derecha, Iñigo Garay, director de marketing de Seguros Bilbao; Juan Carlos Echevarria, presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Bizcaia y Miguel Ángel Lavín, agente exclusivo
4. Mariano Gómez, Concejal delegado del área de Salud y Consumo del Ayuntamiento de Bilbao

Persona de contacto: Ignasi Ventura
Teléfono: 93 254 19 40
Secretaria@euskalsegur.com