



Ángel del Amo

Vocal de Agentes y Comunicación
Colegio de Mediadores de Seguros
de Madrid

Cuando hace ahora ya más de un año Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio, se presentó a la Junta con la idea de que la Institución liderara un foro de encuentro pensado para los colegiados pero con espíritu de aglutinar a toda la mediación de seguros, no fuimos conscientes de que sí se podría conseguir.

Ahora que acabamos de clausurar la segunda edición del Foro Madrid Seguro podemos mirar con perspectiva y analizar lo realizado. Es fácil comenzar un proyecto atractivo como este, lo complicado es convencer y poder mantener la ilusión de repetir. Y puede que ese sea el éxito, que no se repite.

Para el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha sido imprescindible el apoyo que han mostrado las aseguradoras que en esta segunda edición han querido acompañarnos sin dudarlo, ha sido muy importante que los colegiados sigan interesados y entiendan este nuevo estilo de formación, donde las ideas que se expo-

Madrid Seguro: la consagración de un proyecto de Colegio

nen son frescas, innovadoras, pero, sobre todo, nos llegan de fuera del sector. Aire fresco, sin viciar.

Además el resto de actores alrededor de la mediación han querido acompañarnos en la jornada, y han demostrado que hay espacios donde compartir. Que la colaboración entre colegios y asociaciones solo puede traer beneficio a los mediadores. También hemos sentido el apoyo de la administración, que tiene un papel principal, y en un momento de tanto cambio regulatorio es importante que esté cerca, escuchando a la mediación.

Para el Colegio es un paso más hacia la consecución de un objetivo más grande, dirigir la Institución hacia la nueva sociedad, y lo más importante, que pueda servir de acompañante y guía a nuestros Colegiados. La razón de estos meses de trabajo es que el Colegiado tenga la mejor información posible, el acceso a los mejores expertos, las mejores oportunidades y conocimiento para enfocar rápidamente los cambios que se avecinan.

En definitiva, se acaba de enderezar el rumbo del Colegio al consagrar el proyecto del foro Madrid Seguro involucrando a todas las partes alrededor del lema de esta edición "El valor de los profesionales como factor de crecimiento del negocio asegurador", y a este respecto han sido muy

interesantes las aportaciones de los ponentes del Foro, pero no como nos hablan desde dentro del sector asegurador, si no como se habla fuera, con el punto de vista de la sociedad en su conjunto, del que la mediación, y sus profesionales, no pueden escapar. Se cumplió el objetivo.

Elena Jiménez de Andrade en su emocionante discurso inaugural hablaba de la duda como intención del Foro con estas palabras: "nos hemos puesto en manos de especialistas para que nos hagan dudar", y por los muchos mensajes que nos están llegando de los asistentes, los ponentes no solo han hecho dudar, han convencido e inoculado un poco de optimismo, que con esfuerzo, y sabiendo por dónde dirigirlo llevará al éxito.

Estos expertos en las diferentes materias, que se han tratado en las ponencias y en los workshops, lejos de ofrecer una visión apocalíptica han conseguido hacernos dudar de si lo que pensamos establecido o inamovible perdurará mucho más tiempo. Si hace ahora ya más de un año, el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid hubiera pensado que el rumbo de la Institución era inamovible probablemente esta tribuna hoy estaría dedicada a alguna queja sin solución. Hoy, sin embargo, somos más conscientes del rumbo que deben tomar los profesionales de la mediación para obtener el éxito.

II EDICIÓN FORO 'MADRID SEGURO'



'Madrid Seguro' se consolida: Cerca de 500 profesionales participaron en su II edición

El Colegio de Madrid premia al Consejo General, Liberty y Fundación Gomaespuma

PATRONOS



PATROCINADORES



COLABORADORES





La II edición de Madrid Seguro se celebró, el pasado 18 de junio, bajo el lema **El valor de los profesionales como factor de crecimiento del negocio asegurador**, en el Complejo Duques de Pastrana de la capital de España, con la inscripción de cerca de 500 profesionales, con lo que la organización superó la cifra de la edición inaugural celebrada el pasado mes de octubre. Más de 40 ponentes realizaron un repaso de los temas más relevantes para el futuro profesional de la mediación de seguros, en una jornada que contó con conferenciantes del prestigio de Leopoldo Abadía o Juan Martínez Barea. Ya por la noche, y en los jardines del Palacete Duques de Pastrana, se celebró la tradicional Cena de la Patrona.

Elena Jiménez de Andrade: “Madrid Seguro es una puerta abierta de par en par al futuro”



Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid

Ángel Corada, gerente del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, dio la bienvenida a los cerca de 500 profesionales que se dieron cita en el Complejo Duques de Pastrana de Madrid para asistir a la II edición del Foro Permanente de la Mediación 'Madrid Seguro'. A continuación, Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio, en sus palabras de apertura, destacó que “Madrid Seguro es una puerta abierta de par en par al futuro, sin ambigüedades, sin trampa ni cartón, con la esperanza de

“Tenemos que demostrar que nuestro valor existe y que lo aportamos al mercado”

seguir contribuyendo a rediseñar nuestra profesión, y por qué no, a regenerar nuestros Colegios”. Asimismo, agradeció el apoyo que recibe el foro de las entidades aseguradoras, instituciones y administración, sin olvidar que el

rey Felipe VI aceptó, por segundo año, la Presidencia de Honor del encuentro, reconocimiento que “demuestra el valor del esfuerzo e iniciativa de la mediación”, resaltó.

A continuación y en relación al concepto de “valor” como aquello que los profesionales aportan para el desarrollo de su profesión, Jiménez de Andrade lamentó que “no sabemos transmitir lo que valemos” y que “cuesta que nos identifiquen cómo somos en realidad”, lo que “puede convertirse en un mal endémico”, advirtió. En ese sentido, la titular del Colegio de Madrid señaló que “tenemos que demostrar que nuestro valor existe y que lo aportamos al mercado”, es decir “ser profesionales”, conceptos que unidos al crecimiento y al negocio “conforman los cuatro ejes de la mediación”. La presidenta del Colegio de Madrid también recordó que desde su llegada a la institución está comprometida con “la exigencia de transmitir la necesidad de creer en nosotros mismos como colectivo y como profesionales”. Asimismo, **pidió unidad, en la que Consejo General es el ejemplo a seguir tras 50 años de servicio a la profesión, “para demostrar el valor que atesoramos”**. Por eso, “reivindicamos en este Foro el valor de los profesionales, porque hay que tener valor y hay que ser profesional para salir cada día a romper los moldes de la mezquindad y del abuso de posiciones de dominio”, afirmó.

Jiménez de Andrade prosiguió que “estamos obligados a trasladar el valor a la sociedad porque hoy en día parece que la gente sabe el precio de todo pero desconoce el valor de nada”. Al Valor tiene que estar unida la profesionalidad y la formación. En ese sentido recordó la apuesta del Consejo General con el Plan Estratégico de la Mediación ya que se trata de “una herramienta poderosa, que mezcla conocimiento, experiencia, innovación, humildad, atrevimiento y vocación de futuro”. Asimismo, la presidenta del Colegio de Madrid apuntó que **“con valor y profesionalidad se alcanza casi siempre un crecimiento”**.



Jose María Campabadal, presidente del Consejo General

“Madrid Seguro nos abre la mente, es un jornada constructiva, de futuro y de calado internacional”

to que permite modificar actitudes y rumbos. El resultado es un incremento y/o mejora del negocio. Esto es el trébol de cuatro hojas perfecto e inacabado del que os hablaba antes, la cuadratura de nuestro círculo particular, de esas cuatro palabras que atrapan las aristas de nuestro negocio”. Concluyó que “valor conlleva el crecimiento del sector, la mejora del servicio al cliente y una mejor educación social sobre el aseguramiento”.

En su intervención, José María Campabadal, presidente del Consejo General, alabó las palabras de apertura de Elena Jiménez de Andrade, “que ha resumido muy bien en su discurso el sentir de la mediación”. Apuntó que “la valentía se ha transformado en sentido común y mejora”, pues “Madrid Seguro nos abre la mente con la participación de profesionales externos al sector, lo que nos permite ser menos endogámicos; es una jornada constructiva, de futuro y de calado internacional”.



Flavia Rodríguez-Ponga, directora general de Seguros

“Es nuestra función, como supervisores, ayudar a resaltar el valor de la mediación, un canal clave para garantizar las mejores coberturas para los asegurados y el buen desarrollo del sector”

Flavia Rodríguez-Ponga, directora general de Seguros y Fondos de Pensiones, cerró el acto inaugural de la II edición de 'Madrid Seguro'. La titular de la DGSFP, que felicitó al Colegio de Madrid por la organización y programa del evento, explicó que este año y el próximo son muy relevantes para el sector: “Estamos finalizando los últimos debates en el ámbito de la nueva directiva comunitaria y esperamos que en los próximos días todos los países nos pongamos de acuerdo para cerrar este documento”. Rodríguez-Ponga recordó que esta directiva “tiene muchos puntos que van desde definir quién es el responsable de la supervisión, la remuneración, la información al consumidor, etc”, y aseguró que “es nuestra función, como supervisores, ayudar a resaltar el valor de la mediación, un canal clave para garantizar las mejores coberturas para los asegurados y el buen desarrollo del sector”.

Leopoldo Abadía: “No todo vale, hay que ser sensatos y honestos”



Leopoldo Abadía

Leopoldo Abadía, el padre de la teoría de la llamada ‘Crisis Ninja’, fue el encargado de pronunciar la conferencia inaugural de Madrid Seguro 15’ titulada ‘La hora de los sensatos’. El veterano orador hizo un recorrido sobre su visión del origen de la crisis que se inició a finales de la pasada década. “La pregunta que se hace todo el mundo es cuando se acabará esto, pero la única contestación científica es que la crisis acabará cuando Dios quiera y por ahora no quiere y punto”, aseguró. En ese sentido, el conferenciante se preguntó “¿por qué no se hunde todo? Y la única explicación es que al final de todo se sale. Es el momento de los sensatos”. Según Abadía existen “dos Españas: la de la gente normalita y

la de los que dicen tonterías”. Hoy en día, una persona sensata se distingue por su criterio, por extraer conclusiones”. Para ello, Abadía recomendó a los asistentes la lectura diaria de dos periódicos, uno generalista y otro económico. Además, unido al criterio, recomendó ser optimistas, no distraerse, ser prudentes y no adquirir productos financieros que no se entiendan.

Según Abadía, “estamos en un muy buen camino, en el que ya se ve la luz al final de túnel, que no es un tren que viene de frente, es Europa”, afirmó. En ese sentido, el conferenciante apuntó que ya pensamos en euros y que la unión bancaria ya es una realidad, donde los presupuestos se aprueban en Bruselas y no aquí. “Desde Europa se nos ve como el conjunto del país. En España no mandaba Zapatero, ni ahora Rajoy ni el próximo que venga. Manda Angela Merkel, gracias a Dios”.

“Hay que trabajar bien, volver a la cultura del esfuerzo. En estos momentos, de tremenda competitividad, si el servicio falla la gente cambia de proveedor”

Por último, Abadía concluyó con una recomendación: “Hay que trabajar bien, volver a la cultura del esfuerzo. En estos momentos, de tremenda competitividad, si el servicio falla la gente cambia de proveedor. La innovación es para todos y si no hay innovación en vuestro sector la culpa es vuestra. Este tramo de la crisis hay que convertirlo en apasionante”.

Eugenio Palomero: “El futuro pasa por especializarse y diferenciarse”



Eugenio Palomero

Eugenio Palomero, especialista en estrategia y gestión de clientes, realizó la exposición que dio pie al workshop que Madrid Seguro dedicó al marketing y ventas. Palomero aseguró que “el mundo en el que vivimos en cada día más líquido, en el que nada es para siempre y todo está en continuo movimiento, precario, provisional, ansioso de novedades y, con frecuencia, agotador”. Para el ponente, lo importante son las personas, el cliente en definitiva. “La esencia es saber cómo se aplica al sector asegurador”, afirmó. Asimismo, Palomero explicó que “en los últimos 8 años lo más importante es la emergencia del consumidor esquizofrénico, que pagará por una prenda de lujo 1.800 euros pero sin embargo a la hora de hacer la compra rechazará una bolsa que cuesta 5 céntimos”.



Mesa de debate sobre 'Marketing y Ventas: los retos actuales de la empresa ante un mundo cambiante'

El experto señaló que estamos inmersos en una revolución silenciosa, que nos conduce hacia la “transparencia”, en la que el cliente interviene en el precio de los productos. Al hilo, Palomero indicó que “el cliente busca percibir el valor y sentirse único”, por ello se mostró convencido de que “el futuro pasa por especializarse y diferenciarse; no nos diferenciamos por la marca, si no por las personas”. En ese sentido, el ponente recomendó al sector asegurador innovar en productos y en su comercialización con el objetivo de generar una nueva cultura.

“Vamos hacia un mundo de masa crítica, donde lo importante será generar valor añadido en el que va a ser muy difícil competir con tamaños pequeños, pues la dimensión hace las cosas diferentes”, comentó Palomero. Además del volumen, para una buena gestión de la cartera, apuntó que serán fundamentales en el futuro la rentabilidad, el potencial y la vinculación. Los momentos vitales en la vida de las personas (nacimiento, vida en pareja, hi-

jos, etc) debieran ser los cruciales para el asegurador, según explica Palomero; situaciones para las que “debiéramos tener un discurso diferente”. Por tanto, que “hay que formar en momentos vitales y en ofertas de valor, ya que si no generamos valor, nuestra empresa no generará valor económico”, afirmó. Concluyó que “hay que generar tensión, asumir nuestras responsabilidades y ser transparente. La victoria es visión, liderazgo, y grado de optimismo sobre lo que uno desconoce”.

Tras la conferencia de Eugenio Palomero, se celebró una mesa redonda moderada por Javier Martínez, vicepresidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, en la que participaron, además del propio Palomero, Iñaki Durán, presidente del Consejo de Mediadores de Seguros del País Vasco y presidente del Colegio de Guipuzcoa; Jaime Carvajal, CEO del Grupo Mayo; María Ángeles Sellés, directora del Canal Corredores de Catalana Occidente y José Miguel Meneses, director del Canal Corredores de Mapfre.

Emilio Moraleda: “Los resultados serán mejores cuanto más carga emocional tenga el líder”



Emilio Moraleda

Emilio Moraleda, exdirector general de los laboratorios Pfizer en España (98-08), fue el encargado de impartir la visión del experto en el segundo de los workshops de ‘Madrid Seguro’ 2015. El talento es el recurso más im-

portante de las empresas, por eso Moraleda recomendó elegir bien a los colaboradores, ser capaz de seleccionar a los mejores “es una de las decisiones más importantes de un directivo” y esto implica “usar el rigor y poner el listón muy alto para construir un equipo fuerte”. También apuntó que el objetivo fundamental es crecer, pero hay que crear esa meta, hay que marcar estrategias, movilizar a la gente, etc.

Durante su intervención, el ponente lanzó una serie de ideas a los mediadores de seguros para aumentar la productividad, válidas para cualquier empresa, independientemente de su tamaño. “El secreto está en la gente porque es vuestro mejor activo”, recalzó, a la vez que trazó el perfil del líder del futuro: “Va a tener más carga emocional, será más humano y humanista”. Aunque reconoció que la cuenta de resultados seguirá teniendo prioridad en las organizaciones, para Moraleda, “los resultados serán mejores cuanto más carga emocional tenga el líder”. Por ese motivo, sugirió alcanzar un equi-

libro entre las personas y los resultados: "Sin un equipo motivado y comprometido no tienes resultados".

Asimismo, Moraleta señaló que el respeto por la gente es uno de los pilares en los que debe apoyarse el líder, porque cuando a un empleado se le falta al respeto "no se le olvida nunca, pero cuando se le respeta tampoco lo hace".

Posteriormente se desarrolló un debate moderado por José Luis Solans, tesorero del Colegio de Madrid, en el que participaron Miguel Callejo, director de Proyectos Estratégicos de AON; José Luis Borrachero, miembro del Consejo Asesor del Colegio de Madrid; César Crespo, subdirector general de Negocio de Mutua de Propietarios y Albert Martí, director del Canal Corredores de Zurich.



Mesa de debate: 'Optimización de la gestión para agilizar procesos y aumentar la productividad'

Juan Luis Polo: "No hay transformación digital si no ponemos a las personas primero"



Juan Luis Polo

Juan Luis Polo, experto en transformación digital empresarial, fue el encargado de trasladar a los asistentes a Madrid Seguro una visión solvente sobre 'El valor de las nuevas tecnologías en el negocio', título del tercer workshop del foro. Polo explicó en el inicio de su intervención que "la compra se ha convertido en un proceso social en el que influyen los dispositivos móviles lugar en un entorno virtual".

El conferenciante destacó que "cuando hablamos de transformación digital lo asociamos a un cierto caos. Nunca hemos ido tan deprisa. Nos encontramos ante un entorno en el que los cambios se suceden a una gran velocidad. Siempre fascinados por la tecnología, que es la que nos permite presumir delante de nuestros amigos". Ante esta situación, Polo aseguró que "la mejor manera de abordar un caos como el que estamos abordando hoy en día lo ideal es tirar de los clásicos; apuesto por 'divide y vencerás'. Debemos trabajar en tres entornos básicos: el cliente digital, el negocio digital y la empresa digital". Para el experto, "el cliente digital es alguien a todas luces muy conectado. El cliente digital somos todos y luego, obviamente hay grados. El cliente digital lo comparte todo. Facilitamos todo tipo de información que raya el exhibicionismo".

A continuación, Polo ofreció una serie de datos que indican que nuestro país tiene un papel relevante en el uso de internet. Por ejemplo, "20 millones de españoles acceden diariamente a internet. Somos el país líder, junto con Italia, en el uso de las redes sociales y un 50% de las personas entre 55 y 64 años son usuarios que acceden diariamente a internet". Y la importancia



Mesa de debate: 'El valor de las nuevas tecnologías en el negocio'

de este dispositivo seguirá creciendo. "Nos enfrentamos a una nueva tendencia que lo va a cambiar todo. Hasta un 80% de los niños y adolescentes prefieren acceder a internet desde el móvil". A pesar de la importancia de la tecnología, Juan Luis Polo concluyó que "hay que confiar en las personas, son la tierra prometida. No hay transformación digital sino ponemos a las personas primero. Las personas y no las aplicaciones son la tierra prometida".

Franc Ponti: "Las personas creativas están a medio camino entre la normalidad y la locura"



Franc Ponti

Franc Ponti, profesor del EADA Business School, fue el encargado de abrir el cuarto y último workshop de Madrid Seguro 2015. Ponti explicó que "la creatividad es una habilidad que puede ser desarrollada a cualquier edad pero tenemos que creer en nuestra capacidad para cambiar, tener confianza creativa". Así, los mediadores de seguros tienen que adaptarse a una sociedad "líquida", ha dicho Ponti, empleando el concepto de Zygmunt Bauman. "Todo va cada vez más rápido y lo que no es líquido tiende a no funcionar", por ejemplo, en el caso de que las empresas o directivos sean "demasiado rígidos".

Ponti también mostró que las personas creativas "tienen una porosidad que permite que elementos inconscientes pasen al nivel consciente de la mente; están a medio camino entre la normalidad y la locura". Asimismo, se refirió a dos caminos para ser creativo, el deliberado y el espontáneo. "Casi todas las personas altamente creativas son más espontáneas que deliberadas", afirmó. En este segundo caso, las ideas surgen sin buscarlas y son clave la imaginación y la visualización del futuro, ya que se trata de ver lo que nadie ve, lo que no existe todavía.

Para fomentar el camino espontáneo, Ponti aconsejó, entre otras técnicas, pensar en términos de "qué pasaría si...". "Las preguntas científicas o empresariales surgen así"; generar ideas durante ejercicios aeróbicos y en entornos de gran belleza (hay estudios que demuestran la efectividad de caminar pensando); aumentar nuestra conciencia sen-

Tras la exposición, Polo se incorporó a la mesa redonda moderada por Ángel del Amo, vocal de Agentes y de Comunicación del Colegio de Madrid; David Salinas, responsable de la Comisión de Nuevas Tecnologías del Consejo General y presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba; Juan Lariz, director general de Acierto.com; Guillermo Herrera, director de IT y Administración de ARAG, y Valle Tienda, directora de Marketing Digital de Liberty Seguros.

social y realizar ejercicios de meditación como el 'mindfulness'. "Seis semanas dedicando dos o tres horas diarias son suficientes para aumentar nuestra creatividad".

En la mesa de debate posterior, moderada por el delegado territorial de Madrid en el Consorcio de Compensación de Seguros, José Antonio Badillo, se reflexionó sobre la capacidad de la mediación de seguros para ser creativa. José Luis Mañero, presidente del Cecas, señaló como hándicap que "estamos excesivamente atomizados y quizá la concentración sea uno de los modelos a seguir, junto con la formación y la especialización". Por su parte, José Antonio Sánchez, director general de ICEA, apuntó que "creativos somos todos pero lo somos cuando hacemos lo que nos gusta". También explicó cómo dentro del sector está cambiando el concepto de lo que es una persona con talento, por lo que se está dando más importancia a elementos emocionales, a tener una mentalidad optimista. "A una persona la contratas por lo que sabe y la despedes por su actitud, concluyó".

En su turno, Adolfo Massagué, director comercial de DAS, ofreció como ejemplo un proyecto de generación de ideas puesto en marcha hace dos años en la entidad y que "implicaba a toda la organización". El resultado fue una "cascada de ideas aportadas incluso por las personas de las que menos te lo esperarías". Por último, el director comercial de Catalana Occidente, Luis Estrella, subrayó que "la predisposición del equipo a innovar es una actitud que tiene que estar secundada por una cultura empresarial que lo permita y lo reconozca".



Mesa de debate: 'El valor del conocimiento y la formación para incrementar los beneficios'

'Radiografía del Seguro 2015. Innovar, ser eficientes, atraer talento y actuar conjuntamente, retos del sector'



'Radiografía del Seguro 2015. Análisis de las principales conclusiones de los talleres de trabajo'

La primera sesión de la tarde en Madrid Seguro sirvió para poner en común las conclusiones de los cuatro workshops que se desarrollaron en la sesión matinal. José Luis Nieto, miembro del Consejo Asesor del Colegio de Mediadores de Madrid, se encargó de moderar la mesa redonda en la que participaron directivos de compañías y representantes de la mediación.

Martín Navaz, presidente de Adeco, aseguró que "el sector está fuerte. Se habla mucho de concentración, pero si no se produce será porque no es necesario". En la misma línea, Christopher Bunzl, director general de Mutua de Propietarios, aseguró compartir la misma visión y se mostró confiado en que la situación se mantendrá "si somos capaces de seguir innovando y apostando por la tecnología". Navaz echó en falta que se hablara más de los seguros para Empresas, "donde internet tiene menos que decir".

Christopher Bunzl: "La situación se mantendrá "si somos capaces de seguir innovando y apostando por la tecnología"

José María Campabadal, presidente del Consejo General de los Colegios de Medidores de Seguros, destacó la resistencia del sector en solvencia y rentabilidad, "el problema ha sido la falta de crecimiento, donde la regulación que viene tendrá que ver". En ese sentido, Campabadal explicó que "a las compañías les ha ido bien y a los corredores grandes también. Otra cosa son los mediadores medianos y, especialmente, los pequeños". El presidente del Consejo General concluyó que "la clave es ser eficiente".

José María Campabadal: "La clave es ser eficiente"

Mariano Rigau, CEO de ARAG, corroboró que "se ha crecido menos, pero nuestra situación es envidiable si nos comparamos con otros sectores". De cara al futuro, Rigau resaltó que hay dos amenazas: "una externa, que es la mala costumbre de Bruselas de asimilar el sector asegurador al financiero. Como si fuéramos culpables de algo. Solvencia II va aportar más trabajo que otros beneficios y garantías para el asegurador"; la interna, "es que no seamos capaces de racionalizar el comportamiento entre las compañías a nivel técnico". El directivo de ARAG destacó que también "tenemos un gran reto: atraer talento". Además, apuntó que hay que escuchar "lo que nos dicen los mediadores y la gente que está en el negocio".

Mariano Rigau: "Tenemos un gran reto: atraer talento"

Enrique Huerta, CEO de Liberty Seguros, explicó que "hemos de ser capaces de poner en valor lo que estamos ofreciendo en el seguro de Autos". Asimismo, aclaró que "tenemos una revolución pendiente, que implica cambiar la cultura de la empresa. Este cambio no puede ser solo tecnológica". Para Huerta todo el sector debe "conseguir tener una cultura más próxima a lo que nos pide el cliente". Asimismo, echó en falta que no se hablara de "experiencia", "pues no vamos en sintonía con los tiempos y no evolucionamos. Tenemos que hablar de la experiencia del mediador". El CEO de Liberty habló acerca de la posibilidad de llegar a modelos más colaborativos entre mediación y compañía.

Enrique Huerta: "Tenemos una revolución pendiente, que implica cambiar la cultura de la empresa"

Tomás Rivera, presidente de Fecor, coincidió con José María Campabadal en "las dificultades por las que han pasado las corredurías medianas y pequeñas durante la crisis". Rivera explicó que la mediación "debe ser capaz de actuar conjuntamente, aunque yo ya no especificó cuál es la fórmula". El responsable de Fecor lamentó también que el sector tiene un proble-

Diálogos Iberoamericanos

Olascoaga: "La región latinoamericana va a ser un potencia económica al igual que China o EEUU"



Carlos Olascoaga y Domingo Lorente

La segunda sesión de la tarde estuvo dedicada al mercado mexicano y contó con la presencia de Carlos Olascoaga, presidente de Amasfac, que fue entrevistado por Domingo Lorente, presidente de la Comisión de Información y Comunicación de Copaprose y secretario general del Consejo General. Olascoaga fue muy claro en las oportunidades que México ofrece para el canal de la mediación español. La proyección del seguro en México es muy amplia a pesar de que las cifras no acompañan en este momento dado que "el ciudadano medio en México no está familiarizado con el seguro. Le suena muy raro. Hay un grave problema en este sentido. El porcentaje de vehículos con seguro no llega al 30% y lo que más se vende hoy es el seguro de automóvil", explicó Olascoaga.

Sobre Solvencia II, el presidente de Amasfac, manifestó que "tenemos 14 años como sector preparando este momento" y aclaró que "el papel del mediador con Solvencia II en México está muy claro". Sobre los ramos de mayor proyección, el presidente de Amasfac destacó Vida, Salud, Agrícola y Pymes.

Por otra parte, Olascoaga valoró la fuerte proyección económica que augura la región latinoamericana: "La región latinoamericana va a ser un potencia económica al igual que China o EEUU" y recalzó la importancia

de comunicación corporativa, ya que la sociedad no reconoce todo lo que aportamos". Por último, concluyó que "el reto para la mediación pasa por retener más y anular menos, así como recibir al cliente por el canal que quiera entrar, si nos interesa estar en todo".

Tomás Rivera: "La mediación debe ser capaz de actuar conjuntamente, aunque yo ya no especificó cuál es la fórmula"

de compartir la misma identidad idiomática para trabajar en México junto con el hecho de asociarse con los agentes establecidos como los de Amasfac, única asociación del canal en México. Sobre el canal de comunicación que supone Copaprose como institución internacional que agrupa a los profesionales de la mediación (productores de seguros) en Latinoamérica Olascoaga especificó que "es el gran descubrimiento de esta década en mi vida de asegurador."

En el debate posterior participaron también Juan Arsuaga, presidente y consejero delegado de Lloyd's España; Pablo Municio, gerente de Riesgos TIC y Seguridad de Deloitte; y Sebastián Mata, director general de Iberseguros. Todos coincidieron en las posibilidades del mercado mexicano sobre el que Arsuaga destacó la importancia del reaseguro, Municio valoró la importancia de trabajar lo intangible y definir los nuevos riesgos en un mundo cada vez más interconectado, y Matas hizo hincapié en el alto grado de conocimiento que tiene el Agente mexicano en afianzamiento. Por su parte, Juan Arsuaga resaltó la importancia que para el Lloyd's tiene México en su estrategia Latinoamericana.



Mesa de debate: 'Diálogos Iberoamericanos'

Juan Martínez-Barea: “Vamos hacia un mundo de mérito, de actitud, en constante evolución”



Juan Martínez-Barea

El embajador para España de Singularity University, una universidad disruptiva liderada por la NASA y Google, Juan Martínez-Barea, ofreció la conferencia de clausura en la II edición de Madrid Seguro. Martínez-Barea aseguró que el cambio tecnológico es exponencial y que las empresas no pueden negar esta ola de cambio que está liderada por la tecnología. “En la actualidad, cualquier teléfono móvil tiene más poder de cálculo que los ordenadores que llevaron al hombre a la Luna”, afirmó.

Según Martínez-Barea, “llegan también tres grandes olas tecnológicas: la biotecnología, la robótica y la nanotecnología”, sobre las que comentó distintos ejemplos. Así, explicó que existe una empresa, “Organovo”, que desarrolla órganos humanos. Desarrollan una réplica idéntica de un órgano que podemos tener cualquiera de nosotros. Así, en el futuro, ha comentado Martínez-Barea, “si yo enfermo de riñón iría a esta empresa y me proveería de una réplica de un riñón mío”. Otra revolución que viene, según Martínez-Barea, es la energía: “La

energía solar cubrirá las necesidades energéticas de todo el mundo en poco tiempo y, en un futuro, nos convertiremos todos en productores solares”. El de la Singularity University ha sentenciado que “en el año 2030 toda la energía del mundo será solar”.

El embajador para España de Singularity University explicó que la primera gran ola de cambio está propiciada por la tecnología; en segundo lugar, la hiperconectividad, gracias a la que “en 2020 habrá más de 7.000 millones de personas conectadas a internet”; por último, “asistiremos al cambio socio político”. Asimismo, afirmó que “todo va a cambiar, todos los sectores se está polarizando. O algo más barato o algo diferencial”

“No somos un país low cost ni tampoco innovador”, comentó Martínez-Barea, entonces, ¿qué arma nos queda como país?, se preguntó. La respuesta: la tecnología. Es una gran arma para ser más competitivos. Pero según el embajador para España de Singularity University, “las empresas que quieren innovar deben tener 3 orejas: escuchar al cliente, a los trabajadores y, también, a lo que pasa en el mundo”. “La tecnología no es el gran Dios”, según Martínez-Barea, “es una herramienta, el gran facilitador. Es la creatividad la que provoca el cambio”. También indicó que “hoy debemos estar en punta de lanza, lo que significa tener hambre de aprender, de estar al día. También debemos llenar la empresa de “frikies”, gente que entienda de tecnología. Y, en tercer lugar, no podemos negar esta ola de cambio”. Martínez-Barea concluyó que “vamos hacia un mundo de mérito, de actitud, de constante evolución”.

Elena Jiménez de Andrade: “Nuestra voz debe oírse con fuerza y determinación”



Elena Jiménez de Andrade durante la clausura de ‘Madrid Seguro’

“Miro a mi entorno y no puedo dejar de manifestar mi admiración y mi más sincero agradecimiento a todas las personas que durante estos meses ha trabajado de forma silenciosa, con fe y convicción, para que Madrid Seguro si-

ga siendo un sueño vivo”. De esta forma, Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, comenzó su discurso de clausura de la II edición de Madrid Seguro. La titular del Colegio resaltó que “nuestro compromiso con la mediación de seguros era y es firme. Lo dije y lo mantengo: no hay tiempo para florituras; vivimos tiempos de compromiso. El Colegio de Madrid decidió un día romper los moldes de su propia historia para edificar su futuro. Sobre nuestra tradición hemos asentado nuestros anhelos”.

Jiménez de Andrade se mostró convencida de que “si somos capaces de ir recogiendo, segando y sembrando, el Colegio de Madrid, y Madrid Seguro en particular, liderará conocimiento, ilusiones y experiencias”. A su vez, destacó que “queremos seguir siendo únicos entre muchos, y confundirnos entre todos, para ser grandes”. En ese

sentido, la presidenta del Colegio de Madrid expresó que “la mediación de seguros de Madrid tiene que aprender a convivir en un Colegio nuevo y tiene que empezar a convencerse que esta convivencia es posible. Porque Madrid y el Consejo General necesitan estructuras sólidas, representativas, convencidas de su fuerza y esfuerzo”. “Los intereses son grandes y diversos, y nuestra voz debe oírse con fuerza y determinación”, prosiguió.

Como colofón, la presidenta del Colegio de Madrid recordó una frase de Juan Martínez-Barea: “Nadie nos va a regalar nada, seremos lo que queramos ser, con nuestro esfuerzo, sacrificio y mérito”. Para Jiménez de Andrade, “ahí está la clave: poco a poco el mundo avanza en el reconocimiento del ser y no del pertenecer. Me ilusiona este mensaje”.

José María Campabadal, presidente del Consejo General, expresó su convencimiento de que habrá un tercer Madrid Seguro que superará incluso a esta segunda edición. El presidente de los mediadores españoles expresó su orgullo por contar con Colegios como el de Madrid “al que siempre le he tenido cariño, pero que me está sorprendiendo gratamente en estos últimos tiempos”.

El punto final a esta segunda edición de Madrid Seguro corrió a cargo de Raúl Casado, subdirector general de Ordenación y Mediación de la Dirección General de Seguros



Raúl Casado en la clausura del Foro ‘Madrid Seguro’

y Fondos de Pensiones (DGSFP). Casado destacó que “sabemos que estamos en un proceso legislador muy potente”. El responsable de Ordenación de Mercado del órgano regulador destacó que “se está trabajando en la elaboración de un texto definitivo de directiva de distribución de seguros”. El siguiente objetivo, para este mismo año, será la redacción del cuerpo legal para la trasposición de esta directiva comunitaria al cuerpo legal de nuestro país. Por último, Casado aseguró que “la profesionalización debe seguir avanzando y en ese sentido es en el que van las iniciativas regulatorias”. Casado se despidió expresando su confianza en el futuro del Madrid Seguro.

Fiesta de la Patrona

El Colegio de Madrid premia al Consejo General, Liberty y Fundación Gomaespuma



Premios ‘Azucarillos’ y ‘Madriño Destacado del Año’ 2015

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid puso el broche de oro a la II edición del Foro Madrid Seguro con la celebración de la tradicional Fiesta de la Patrona del Seguro en honor de Nuestra Señora del Perpetuo Socorro. Los jardines del Complejo Duques de Pastrana de la capital de España albergaron el evento en el que el Colegio de Madrid entregó sus premios anuales y reconoció a los miembros de la institución que llevan 25 años colegiados.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid, abrió el acto y en primer lugar entregó el Pre-

mio ‘Azucarillos’, que en esta ocasión alcanzaba su XV edición, a la compañía Liberty Seguros por su destacada labor y apuesta clara en pro de la mediación, así como en reconocimiento a la última campaña de publicidad de la entidad en la que ha involucrado a sus mediadores en la definición de la misma, “ya que los mediadores no solo son los protagonistas de la campaña sino también los que están detrás de la misma”, destacó. Enrique Huerta, CEO de Liberty Seguros, recogió el galardón y expresó su agradecimiento a toda la mediación, pero especialmente “a los 600 mediadores que participaron en la elección de cómo sería esta campaña”. Asimismo,



Liberty Seguros, premio 'Azucarillos'

Huerta tuvo palabras de agradecimiento para los 1.100 empleados de Liberty que "se levantan todos los días dispuestos a dar lo mejor de sí mismos para que la mediación pueda hacer su trabajo".

A continuación, la presidenta del Colegio de Madrid entregó el 'Premio Madrileño Destacado del Año', en su VI edición, a la Fundación Gomaespuma como reconocimiento "a su trayectoria y labor en beneficio de los niños", expresó. Jiménez de Andrade recordó que con este premio, que se convoca bajo el lema 'Comprometidos con Madrid', el Colegio de Madrid quiere homenajear a madrileños -de nacimiento o adopción- o a entidades e instituciones, por su trayectoria profesional o actuaciones sobresalientes que nos hayan hecho sentirnos orgullosos de pertenecer a esta comunidad. El escritor y periodista Juan Luis Cano recogió el galardón y tras agradecer, en clave de humor, su concesión al Colegio de Madrid, señaló que "llevo a Madrid en mi corazón y me duelen sus heridas del mismo modo que me alegran sus grandezas".



Fundación Gomaespuma, 'Premio Madrileño Destacado del Año'

En esta ocasión, el Colegio de Madrid entregó un premio especial al Consejo General de los Colegios de Mediadores en el año que el órgano colegial celebra

su 50 aniversario. José María Campabadal, presidente del Consejo General, recogió el galardón y expresó su reconocimiento a todos los colegiados que han pasado por la entidad "ya que han ayudado a hacerla grande", resaltó. Asimismo, recordó que "es la más importante de Europa y la segunda del mundo por número de afiliados". El presidente del Consejo General no pasó por alto la labor que desempeña en sector asegurador en la sociedad, en el que juegan un papel fundamental las compañías, "con las que tratamos de mantener siempre una buena relación". Por último, Campabadal mencionó a los consumidores que "son los que depositan su confianza en nosotros".



Consejo General, premio especial por su 50 aniversario

En el mismo escenario, el Colegio de Madrid rindió un merecido homenaje a los colegiados que en esta ocasión cumplían 25 años al lado de la institución. Javier Martínez, vicepresidente del Colegio de Madrid, que estaba entre los homenajeados, aseguró, en referencia a sus compañeros, que "vosotros sois el mejor ejemplo para nuestro mayor tesoro, que son nuestros alumnos y futuros profesionales de la mediación". También tuvo palabras de agradecimiento para compañías y clientes, así como para la Junta de Gobierno que dirige el Colegio de Madrid.



Javier Martínez, uno de los homenajeados por sus 25 años de colegiación



"De pequeña era un trasto y ahora mira, trabaja en un gran grupo."

Ángeles, 95 años, abuela de Cristina Travosas. Técnico de Particulares - Sucursal Sevilla - Reale Seguros.

Si nuestras abuelas están orgullosas de que seamos un grupo internacional, nosotros también podemos estarlo.

Porque Reale Seguros ha cambiado su imagen y forma parte de Reale Group.

Un grupo internacional con más de 3.000 empleados y 1.000 oficinas, más sólido y solvente, que nos hace sentir orgullosos de seguir acercando los seguros a la realidad de tu día a día.

902 400 900 / www.reale.es

REALE GROUP

**REALE
SEGUROS**
SEGUROS PARA LA VIDA REAL