

# Opinión

## \* PREGUNTA DEL MES

¿PODRÁ EL SEGURO CONTINUAR DEMOSTRANDO SU CARÁCTER ANTICÍCLICO SI SE PRODUCE UNA NUEVA DESACELERACIÓN ECONÓMICA?

### EDITORIAL

## NUEVA INICIATIVA DE LA FUNDACIÓN AUDITÓRIUM

La Fundación Auditórium ha puesto en marcha una nueva iniciativa tendente a captar a jóvenes que se puedan incorporar al sector con una preparación que incluya conocimientos técnicos y comerciales.

Para ello, dentro de la línea de colaboraciones que mantiene la Fundación, este proyecto se desarrolla junto a una escuela de negocios de amplia experiencia, como es el ESIC, considerada en su terreno dentro de las cinco primeras en España.

**AUDITÓRIUM PLANTEA SOLUCIONES EN LO QUE SE HA CONVERTIDO EN UN PROBLEMA EN EL QUE MEDIADORES Y ASEGURADORAS COINCIDEN, LA FALTA NO SOLO DE GENTE QUE SE INCORPORE Y DESARROLLE UNA CARRERA PROFESIONAL DENTRO DEL SECTOR, SINO TAMBIÉN EL DE LA SUCESIÓN DE PROFESIONALES QUE HAN CONSTITUIDO A LO LARGO DE LOS AÑOS SÓLIDAS CARTERAS**

Con esta iniciativa, Auditórium plantea soluciones en lo que se ha convertido en un problema en el que mediadores y aseguradoras coinciden, la falta no solo de gente que se incorpore y desarrolle una carrera profesional dentro del sector, sino también el de la sucesión de profesionales que han constituido a lo largo de los años sólidas carteras.

No será esta la única iniciativa que probablemente desarrolle la Fundación en los próximos meses en este sentido. La posibilidad de crear un servicio de consultoría estratégica que facilite las relaciones entre mediadores e impulse procesos de desarrollo de negocio es otro de los proyectos en los que se está trabajando.

El abanico de servicios de la Fundación es ya muy amplio, abarca desde cursos hasta estudios de mercado, y sigue creciendo y consolidando proyectos, lo cual es siempre una buena noticia. ■

### PROFESIÓN



MACISTE ARGENTE  
PRESIDENTE DE APROCOSE

## LOS CORREDORES EN EL ENTORNO 2.0

El pasado día 16 de junio la asociación que me honro en presidir, Aprocose, organizó su tercer foro de debate bajo el título webs y redes sociales: enemigas o aliadas en la gestión de las corredurías de seguros". La calidad y conocimiento de los ponentes junto con la amplia intervención de los asistentes en un animado debate nos ha hecho llegar a reflexiones importantes sobre la presencia de nuestras corredurías y la utilización de tecnologías 2.0.

Dada mi condición de no experto en estas tecnologías desarrollaré esta colaboración desde el análisis de usuario y desde mi visión como responsable de una correduría de seguros. Desde esta última posición arrancan consideraciones que entiendo son de suma importancia y que por lo tanto deberían, siempre según mi criterio, ser tenidas en cuenta si queremos posicionarnos en este escenario que ya forma parte de pleno derecho en el marco de nuestra actividad.

Sin duda lo primero que debemos de considerar son los objetivos que deseamos conseguir con la utilización de estas herramientas 2.0, como en cualquiera otra de nuestras decisiones estratégicas deberemos de ponderar adecuadamente tanto la dedicación que ello nos supone como el esfuerzo inversor que indefectiblemente tendremos que hacer en un periodo corto de tiempo, y parte de él además de manera continuada en el tiempo.

Hecha esta consideración nos encontramos ya con un primer problema a considerar, veamos, salvo que tengamos la posibilidad de desarrollar por internet un producto exclusivo y con una adecuada respuesta de compra de los internautas, nos encontraremos que al analizar el resultado objetivamente obtenido con el esfuerzo de dedicación

y económico el fruto obtenido es muy posiblemente descorazonador.

Siendo esto así surge una primera cuestión a resolver y es si, dado el resultado, merece la pena seguir apostando por estas tecnologías o si por el contrario reconsideramos la decisión y volvemos al hacer tradicional como hasta ahora hemos hecho y seguimos haciendo. La respuesta deberá de dársela cada uno pero en las siguientes líneas les manifestaré mi opinión sobre el particular.

Estoy convencido de que independientemente de los resultados de contratación que se obtengan, una presencia profesional sería y continuada en el tiempo, nos reporta un retorno importantísimo en materia de creación de marca y de imagen. Si seguimos profundizando llegaremos a la conclusión de que seguramente somos muchos los que cada vez más utilizamos estas herramientas para obtener información de empresas o personas a las que tenemos intención de ofrecer nuestros servicios profesionales.

Sin duda esta misma labor que nosotros hacemos de información sobre estos candidatos igualmente ellos la realizan sobre nuestra empresa y por lo tanto no es desdeñable la importancia que tendrá en el resultado final de esas gestiones el que la imagen, objetiva y subjetiva, de nuestra empresa responda a los parámetros que nosotros deseamos hacer llegar de la misma.

A estas alturas del siglo XXI ya nadie

**TENEMOS LA OBLIGACIÓN DE POSICIONAR NUESTRA EMPRESA LO MEJOR POSIBLE EN LOS BUSCADORES**

discute que la mayor fuente de información, sea cual sea la naturaleza de la misma, es internet, siendo esto así me aceptarán que como empresarios tenemos la obligación de posicionar nuestra empresa lo mejor posible en los buscadores para que la marca, imagen e información que queramos trasladar se encuentre precisamente allí donde va a ser buscada. No hacerlo así supondrá, de hecho ya ocurre, sencillamente no existir para la mayor parte del mercado. Los corredores debemos ser conscientes de la necesidad de hacernos presentes en este entorno, no hacerlo así será facilitar y legitimar a las Entidades Aseguradoras el que sean ellas las que establezcan sus propias estrategias de presencia y desarrollo.

No soy en absoluto defensor de cambiar totalmente las estrategias que hemos utilizado hasta ahora por tecnología 2.0, creo firmemente en que una parte de nuestra labor de asesoramiento tendrá que seguir haciéndose de una manera personal mediante contacto directo con nuestros clientes, no obstante tengo el total convencimiento de que el futuro pasa por saber conciliar ambas estrategias.

Nunca es tarde para posicionarnos en este entorno ni pronto para empezar a diseñar nuestra estrategia empresarial sobre este apasionante mundo. Amable lector, si todo lo comentado hasta ahora no le ha convencido sobre la necesidad de utilizar tecnologías 2.0 le propongo que realice un sencillo ejercicio, pregúntele a sus hijos (o nietos dependiendo de su edad) y se convencerá de la necesidad de sumergirse en este mundo virtual ya que sencillamente el futuro ya se ha hecho realidad en estos momentos y, por suerte o por desgracia, es en este nuevo campo en el que se va a desarrollar nuestra actividad. ■



**EDITA:**  
Col·legi de Mediadors d'Assegurances de Barcelona  
**Presidente:** Lluís Ferrer  
**Vicepresidenta 1ª:** Carmina Homs  
**Vicepresidenta 2ª:** Carlos Galcerán  
**Secretario:** Francesc Santasusana  
**Tesorero:** Xavier da Pena  
**Contable:** Marià Arisó  
**Vocales:** Cristina Eugènia Massons, Lluís Morató, Josep M. Gallea, Carles Grau, Joaquim Vear, Francisco de Asís Calzado.

**CONSEJO EDITORIAL:**  
Lluís Ferrer (presidente), Jordi Parrilla, Roman Mestre, Pere Prats, Rafael Nadal, Carmina Homs, Francisco de Asís Calzado, Francesc Santasusana, Pasqual Llongueras, Antonio Gutiérrez, Albert Orrit.  
**Editor:** Pasqual Llongueras  
**Director:** Jordi Parrilla  
**Redacción:** Marian Mateo, Pere Nin, Sara Fernández, Daniel Fernando Blanco (Información); Didac Catalán, Miriam Figueras, Roser Olivella (Diseño); Hugo Fernández (Fotografía).

**Administración:** Tere Lasus  
**Área de administración y servicios:** Montse Ferrer, Raquel Ávalos, Jordi Casanovas, Cristina Martí, María Esteller.  
**Asesor técnico:** Pere Prats  
**Publicidad:** Antonio Gutiérrez  
Teléfono: 932 541 940

**SERV. EDITORIALES Y ADMINISTRACIÓN:**  
Grupo ADI. Avda. Diagonal, 662-664  
08034 BARCELONA  
Tel. 932 541 940. Fax 932 541 948/943

E-mail: mediario@grupoadi.com  
Depósito legal: B-43.257-1997  
Impresión: BIGSA Industria Gráfica

MEDIARIO es una marca registrada. Se autoriza la reproducción de informaciones y artículos siempre que se cite la procedencia y autoría, y previa comunicación escrita a la dirección de la publicación.

MEDIARIO es una publicación plural que difunde informaciones de utilidad e interés relacionadas con la Mediación y sus profesionales. La sociedad

editora respeta las opiniones expresadas a través de los artículos de sus colaboradores, pero no las comparte necesariamente, ya que sólo hace propios los contenidos difundidos a través del editorial.

**COL·LEGI DE MEDIADORS D'ASSEGURANCES DE BARCELONA**  
Passeig Sant Joan, 33. 08010 Barcelona  
Tel. 932 153 223 · Fax 932 462 155  
E-mail: elcol-legi@elcol-legi.org