

DARÍO SPATA CEO de Iberian Insurance

ESTA ES LA IMAGEN DE DARÍO SPATA: JOVEN, DINÁMICO, ALEGRE Y MUY SERIO EN EL TRABAJO, INNOVADOR Y CON LAS IDEAS MUY CLARAS. NADA DE DESPERDICIA TALENTO. UN TIPO QUE NO SE ARRUGA Y NO TIENE MIEDO A LAS PREGUNTAS. QUE CONSTRUYE IBERIAN INSURANCE DESDE HACE MÁS DE DOS AÑOS A GOLPE DE PROYECTO Y EQUIPO. UNA AGENCIA DE SUSCRIPCIÓN QUE HA TRAÍDO FRESCURA Y NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR AL SEGURO. Y QUE ACABA DE FIRMAR UN IMPORTANTE ACUERDO CON XL CATLIN.

“Las personas siempre son más importantes que los productos”

“Es capital ser claro con los mismos corredores. Hay que ser honesto y, si algo no puedes ofrecerlo con todas las garantías de servicio y calidad, mejor no lo hagas”

Empezando por lo más novedoso, ¿puedes detallar en qué consiste el acuerdo que habéis alcanzado con XL Catlin?

Estamos muy contentos y muy ilusionados con este acuerdo. Gracias a esta alianza vamos a contar con toda la fuerza del equipo de XL Catlin con sede en España. Vamos a seguir haciendo RC Profesional, pero ampliaremos las posibilidades tanto de actividades como de capacidad. Es un acuerdo que optimiza nuestro servicio en todos los sentidos y los grandes beneficiados son nuestros mediadores y los clientes.

¿Os habéis planteado expectativas concretas?

Nuestros objetivos están muy bien definidos, establecidos en un calendario que dispone nuevos productos y más servicios para nuestra red de mediadores. Vamos a ser una referencia para XL Catlin en los ramos que trabajamos con ellos.

¿Crees que las agencias de suscripción son bien entendidas por los corredores?

Sorprendentemente, todavía te puedes encontrar de todo. Afortunadamente, podemos decir que los corredores que trabajan con nosotros nos entienden a la perfección y saben valorar el grandísimo esfuerzo que hemos hecho para estar donde estamos en apenas dos años y medio.

Por otro lado, también te encuentras con corredores reacios a trabajar con agencias de suscripción, lo que entendemos como consecuencia de malas experiencias previas.

¿Con cuántos trabajáis ahora mismo?

A día de hoy, tenemos 59 claves abiertas.

¿Es dura la competencia en el sector de las agencias de suscripción de riesgos?

La actividad aseguradora per se es muy dura. Todos los días aparecen nuevas agencias, mientras que otras que ya operan procuran mejorar su servicio. Es una dificultad añadida a la hora



“ Por su **propia importancia, peso y utilidad** harán que **se vea fundamental** la **contratación de D&O** ”

de arrancar con un nuevo proyecto en este sector, nutrirlo lo suficiente como para mantenerlo, obtener unos buenos resultados y satisfacer siempre a la red con el buen y exhaustivo trabajo.

Claridad con los corredores

Entonces, ¿cuál es la base para diferenciarnos, qué puntos concretos hacen que clientes y colaboradores quieran trabajar con vosotros?

Es una pregunta que nos han hecho muchas veces, y lo cierto es que no es fácil responderla. Quizás de-

bamos recurrir para ello a un cúmulo de cuestiones. Sin duda alguna, lo fundamental son las personas. Todo nuestro equipo ha estado siempre en agencias de suscripción, empezando por mí mismo, que llevo ya más de diez años trabajando en agencias, y en todo este tiempo sigo teniendo excelentes relaciones con todos los corredores con los que he tratado. Ese trabajo, ese historial positivo, hace que confíen en el proyecto y en el equipo.

También es capital ser claro con los mismos corredores. Hay que ser honesto y, si algo no puedes ofrecerlo

con todas las garantías de servicio y calidad, mejor no lo hagas. Entiendo que saber decir que no es una virtud fundamental.

Otro aspecto importante y diferenciador es poder ofrecer un producto excelente que supere las expectativas de la red. Pero esto sin los dos puntos anteriores, no tiene futuro alguno, las personas siempre son más importantes que los productos.

En D&O, ¿cuál es el perfil de riesgo de las empresas o directivos que más contratan este tipo de seguros?

Desgraciadamente es un perfil de cliente mediano-grande. Esto supone que las pequeñas empresas, aunque son plenamente conscientes del riesgo que conlleva ser administrador o directivo, no ven fundamental contratar este seguro.

Nosotros desde hace tiempo estamos ofreciendo la posibilidad de incluir en la RC Profesional de la empresa esta cobertura de manera combinada. Así no se tienen que plantear la contratación y que estén cubiertos a un bajo coste.

¿En qué cuestiones se puede trabajar para lograr una mayor generalización de este tipo de pólizas en esos perfiles?

Creo que su propia importancia, peso y utilidad harán que se vea fundamental su contratación. El aumento de las demandas y la profesionalización de las empresas es inevitable.

Es un caso similar a la póliza de Cyber. Surgen soluciones a problemas a los que estamos cada vez más expuestos, como los cibercrímenes, en tiempos donde nuestros datos se

La frescura en el seguro

¿Qué importancia otorgas al equipo, crees que sin un buen equipo el éxito nunca llega?

Totalmente. El equipo lo es todo. Sin un buen equipo no puedes confiar en los demás, y entonces estás limitado porque no lo puedes hacer todo. Para ello es necesario que todos sean importantes, y que aparte de trabajar seamos capaces de pasarlo bien juntos. Creo que en esto último, nadie nos gana.

¿Cómo valoras el cambio? ¿En Iberian os preocupa estar permanentemente actualizados?

El cambio más vale valorarlo bien, porque es inevitable pero si no lo calibras como debes, te arrolla. Si te aferras al pasado, o incluso a la actualidad, estás muerto.

Nosotros nos lo tomamos como un deber. Hay muchos tipos de cambios, y todos son necesarios. Pueden cambiar los suscriptores, la compañía que representas mañana puede ser absorbida (cosa que pasa constantemente con los grandes grupos), te tienes que adaptar a un nuevo sistema de trabajo, o incluso a un nuevo sistema informático. Todos estos cambios llegan, y hay que ser conscientes de los mismos y tener previamente las alternativas al alcance de la mano.

¿Crees que, en general, hace falta más frescura en el seguro?

Sí que hace falta, pero para eso ya estamos nosotros, ¿no?

agolpan en la nube. Es así, al fin y al cabo, como funciona el seguro.

Creatividad para crecer en Caución

Iberian tiene una pata de negocio muy potente en Caución. Es un ramo complejo que creció fuerte (+33,73%) en 2015 pero cayó con intensidad (-25,61%) en 2016. Ahora que ya hemos superado un trimestre de este año, ¿cómo piensas que va a evolucionar?

Está evolucionando bien, aunque sin llegar a las cifras de años anteriores. Es una época para ser creativos y dar un servicio excelente, ya que hay una excesiva oferta y no puedes esperar que la producción llegue por sí sola.

En resumen, ¿Caución va a ser una importante fuente de crecimiento si se dan esas circunstancias?

Al menos para nosotros sí. Tenemos una experiencia de más de 10 años en este ramo, y es nuestra principal fortaleza. Lo importante es adaptarse a la situación del mercado y hacerlo con estrategia y cabeza, pues si para sobrevivir necesitas hacer en este ramo una gran producción, considero que estás abocado al fracaso. El pastel es grande y todos tenemos nuestra cuota de mercado. La diferencia está en que para algunos será suficiente, y para otros no.

Al margen de las garantías más habituales, ¿en qué sobresale la oferta de Iberian?

Tenemos la ventaja de que podemos estudiar todo tipo de caución. La mayoría de las nuevas ofertas sólo están centradas en las típicas garantías técnicas, y para eso hay mercado de sobra.

El truco: adaptar la demanda

Dentro de la campaña Iberian Contigo habéis lanzando en los úl-



“El cambio más vale valorarlo bien, porque es inevitable pero si no lo calibras como debes, te arrolla”

timos meses una serie de productos novedosos para nichos posiblemente un poco desatendidos. ¿Cómo os está funcionando?

Es algo que nos agradecen mucho los clientes. A veces no es tanto revolucionar un producto como adaptarlo a las necesidades reales del mercado. Estamos muy satisfechos por su acogida, creo que la clave ha sido el enfoque diferente que le hemos dado para que llegue de verdad a quien más le interesa.

Iberian es una empresa joven, con una fuerte vinculación con la generación millennial. ¿Por qué apostáis por ese perfil?

A la hora de la verdad, tanto nuestra red como nuestros clientes finales, son de todas las generaciones. Pero el hecho de ser nosotros una empresa millennial hace que entendamos perfectamente lo que demanda este numeroso y creciente grupo. Y sobre todo, claro está, cómo llegar a él.

Desde que hace casi un año se conoció la votación sobre el Brexit, desde Iberian habéis transmitido un mensaje de tranquilidad. Pero es cierto que mucha capacidad aseguradora proviene del mercado británico y en algún caso sí puede haber existido cierta preocupación. Ahora que el proceso está en marcha, ¿qué va a cambiar?

Las compañías están tirando de imaginación. Aunque yo sigo pensando que habrá un acuerdo que procure estabilizar la situación actual. Las compañías están abriendo sedes en países de la Unión Europea, como por ejemplo Bélgica o Irlanda, para así estar preparados ante cualquier escenario.

De cara al cliente final y de los corredores, no habrá ningún cambio y es algo que hay que explicar. La preocupación más bien es nuestra (de las agencias de suscripción y lógicamente de las propias compañías) y se tomarán las medidas necesarias para seguir trabajando dentro del marco europeo.

Habéis cumplido vuestro segundo aniversario de operaciones, así que resulta obligado preguntarte: ¿cuáles son vuestros próximos planes y a dónde queréis llegar?

Sí, y ya vamos a por el tercero. Actualmente estamos en un proceso de 'salto de calidad'. En todo este

“En **Caución** es una época para **ser creativos** y dar un **servicio excelente**, ya que **hay una excesiva oferta** y **no puedes esperar** que la **producción llegue** por sí sola”



tiempo nos hemos consolidado y ahora estamos trabajando para superar esa barrera. Nuestro acuerdo con XL Catlin nos hace más fuertes, y demuestra que si una compañía con una gran reputación y los estándares de calidad que tienen confía en nosotros, significa que no somos un actor más en el mercado.

¿A donde queremos llegar? No es una cuestión ni de tamaño ni de dinero. Somos jóvenes, y queremos seguir trabajando muchos años, seguir con una buena reputación, ofreciendo las herramientas necesarias para que nuestra red siga confiando en nosotros, y ser reconocidos y referenciados en el mercado. Creo que no es poco, ¿no?

Gatos cósmicos y perezosos filósofos

Sin duda Iberian es una de las entidades más activas en redes sociales. ¿Qué importancia otorgas a estar presentes en redes y utilizarlas?

Para nosotros es una obligación que nos hemos puesto desde el primer día y es una de nuestras señas de identidad.

La compañía o agencia que pretenda vender a través de las redes, desde nuestro punto de vista se equivoca. No puedes pretender un retorno cuantificable de la inversión, y ése es el fracaso que ven muchos actores que han apostado por las redes sociales y los ha llevado a dejarlas de lado.

Es presente y futuro, una ventana para que el mundo conozca cómo eres y te reconozca. Además, si tienes tu propia voz, y creo que la nuestra está marcando una pauta muy original en el sector, tu mensaje final como compañía será escuchado más y mejor por quien te interesa realmente. Estamos muy orgullosos de que nuestros

gatos cósmicos y perezosos filósofos sean nuestras señas de identidad 2.0.

¿Qué significa para vosotros ser originales?

Es una obligación, además agradable de cumplir. Es la parte de nuestro trabajo que más nos gusta planificar. Hasta las ideas más absurdas al final son las más originales y reconocidas por los demás. Digamos que si dejamos de debatir estas ideas, nuestro trabajo sería más aburrido y monótono.

¿Os habéis animado incluso con el patrocinio deportivo?

Es una vieja aspiración que teníamos y se nos ha presentado una oportunidad de oro con el equipo Yaque-Mayoral. Hemos querido dar este paso porque creo que también nos ayuda a definirnos y desarrollarnos como compañía. No sólo en el deporte, sino en otros aspectos importantes como el cultural o el solidario, queremos seguir aportando nuestro granito de arena.