



**El Seguro
de mi Barco.com**

El corredor de seguros y el efecto camaleón



Rafael Bonilla,
director técnico
correduría **RAFAEL
BONILLA**, socio de
E2000 ASOCIACIÓN

Si algo tenemos en común los corredores y corredurías de seguros con los camaleones es que nos adaptamos al entorno, y con la misma finalidad que los segundos: ¡salvar el pellejo!

Tuve que tomar la iniciativa porque en el año 2007 empecé a ver las orejas al lobo; me explico: mi base profesional está en Sant Antoni de Portmany, isla de Ibiza, con una población en dicho año de unos 16.000 habitantes, sobre un

total de la isla de 140.000 personas. En esas fechas las líneas directas, el sector bancario y los comparadores de seguros ya estaban marcando terreno y yo, como corredor de seguros pequeño, no podía ser competitivo en los riesgos masa y peligraba la estabilidad de mi correduría.

EL EFECTO CAMALEÓNICO para sobrevivir empresarialmente fue pensar en un nicho de mercado que fuera productivo y en el que yo detectara en el consumidor/empresa/sector una falta de asesoramiento y desconocimiento en materia de seguros para el riesgo asegurable relacionado con los mismos. Fue cuando pensé en el sector náutico, centrándome especialmente en las embarcaciones de recreo y charters pero sin dejar de lado las necesidades de aseguramiento del sector en general (pymes náuticas, puertos deportivos, autónomos del sector, etc...).

PLAN ESTRATÉGICO

Mi Plan Estratégico fue, en una primera fase, conocer las necesidades reales, adentrándome en el sector, preguntando a empresas náuticas, a propietarios de barcos (armadores), empresas de chárter, etc.; fue cuando me percaté del nicho de mercado que había, más que nada por el desconocimiento que existía en el sector respecto a los diferentes tipos de aseguramiento.

Al mismo tiempo, fue una motivación para mí porque vi la posibilidad de especialización en materia náutica y empecé la segunda fase: **FORMACIÓN ESPECIALIZADA**. Durante casi tres meses me formé, junto con mis empleados, en todos los productos relacionados con el mercado al que quería enfocarme; me entrenaba para coger el argot náutico y conocer las características del mercado, asistiendo a ponencias que hacían los clubes náuticos, leyendo noticias del sector y sus asociaciones, en revistas, etc. Mi objetivo era que la palabra "especialista" en seguros náuticos no estuviera de adorno.

Estas dos fases "llegaron a puerto" satisfactoriamente, ahora tocaba la tercera y última, que era comercializar mi producto de embarcaciones exclusivo (como he dicho antes me quería centrar en los seguros para las embarcaciones). Aquí aparecieron los hándicap y dificultades: no encontraba un producto exclusivo que se diferenciara de otros competidores, por lo que si yo me esforzaba en comercializarlo con publicidad, asistencia a ferias náuticas, página web y demás, al enterarse el candidato de qué compañía llevaba yo, iba a su corredor de confianza. Es lógico porque a mí no me conocían fuera de mi zona. No había ninguna diferencia entre mi producto y el suyo. Gran problema para mi Plan Estratégico. Estaba ya a finales de 2008.

LA CLAVE: EL SERVICIO PROFESIONAL Y ESPECIALIZADO

No obstante, yo no tenía prisa. Todo ello nos servía para curtimos y aprender y, sobre todo, para que los objetivos que yo buscaba tuvieran buenos cimientos. Estos objetivos eran **SER UNA REFERENCIA EN SEGUROS DE EMBARCACIONES A NIVEL NACIONAL**, y no visto al 100% desde un punto de vista comercial. Al contrario, mi idea era fomentar y "educar" -en el buen sentido de la palabra- a los armadores a proteger bien sus riesgos, que están flotando en el mar. Lo primero (tema comercial) lo conseguiría con un buen producto y lo segundo ("educar") era aprovecharme de las redes sociales para escribir post en mi blog dando consejos y explicando todo lo relacionado con los seguros

de barcos, para contestar en foros náuticos a preguntas de navegantes, etc. Todo ello no serviría de nada sin el pilar más importante de mi proyecto: ofrecer un servicio personalizado y profesional, sobre todo a la hora del siniestro. Yo estaba convencido, y a día de hoy se ha demostrado, que la mejor publicidad es un asegurado contento y eso sólo se consigue con un servicio excelente. Por citar un dato, en verano, época en la que más se navega, mi horario "al móvil" es de lunes a domingo de 9 a 22 horas. Si quería ser una referencia había que demostrarlo, ese era mi gran objetivo. A día de hoy soy colaborador y bloguero de varios portales; destaco: "Yo...corredor de seguros" en Rankia.com, en el portal náutico "Pasión por Mar" que incluso tiene un programa televisivo en Canal 4 de Baleares, además de mi propio blog .

PRODUCTO EXCLUSIVO

Finalmente, en marzo de 2010, conseguí un producto en exclusiva que me diferenciaba en el mercado, con coberturas tan novedosas como mordedura de roedores, cortocircuitos, embarcación de sustitución y rotura de parabrisas, que, hasta la fecha, no existían en ninguna otra póliza. Ahora ya no tenía excusa para expandirme a nivel nacional. Hice grandes esfuerzos económicos para que mi web fuera visitada en Internet, asistí a los salones náuticos más importantes, como Palma de Mallorca y Barcelona, invertí en publicidad digital (banners en portales especializados en náutica), escribí en todos los foros posibles asesorando a los navegantes; también consideré importante el patrocinio de eventos náuticos y deportivos, tales como:

- "Un món a vela" ("Un Mundo a Vela"): Patrocinio Vuelta al Mundo a Vela con el navegante Alex Antón. Como comentario a esta patrocinio, el día de Navidad de 2014 tuvo un grave siniestro cuando se disponía a cruzar el Atlántico: se quedó a la deriva por rotura del timón a 200 millas de Tenerife, con muy mal tiempo y sin cobertura de móvil; me enteré porque un amigo suyo me lo comunicó y me puse en contacto con Salvamento Marítimo de Tenerife, que quería hundir el barco y salvar a las personas; finalmente puede convencerles explicando la aventura que iba a hacer Alex Antón y accedieron a remolcar la embarcación. Duró más de 18 horas el remolcaje, pero salvamos el barco y el sueño de Un Món a Vela pudo continuar. [Ver comentarios facebook: <https://www.facebook.com/unmonavela/>, ver post del 4 de febrero de 2015 y el post del 26 de diciembre de 2014].

"MI PLAN ESTRATÉGICO FUE, EN UNA PRIMERA FASE, CONOCER LAS NECESIDADES REALES, ADENTRÁNDOME EN EL SECTOR, PREGUNTANDO A EMPRESAS NÁUTICAS, A PROPIETARIOS DE BARCOS, EMPRESAS DE CHÁRTER, ETC.; FUE CUANDO ME PERCATÉ DEL NICHOS DE MERCADO QUE HABÍA, MÁS QUE NADA POR EL DESCONOCIMIENTO QUE EXISTÍA EN EL SECTOR RESPECTO A LOS DIFERENTES TIPOS DE ASEGURAMIENTO"

- "Rally Nacional de Vehículos Clásicos": Javier Burillo, el propietario del portal náutico "La Taberna del Puerto", es el piloto, y El Seguro de mi Barco.com le patrocinó en 2014.
- "Stand ANAVRE [Asociación Nacional de Navegantes de Recreo] en el Boat Show Internacional de Barcelona": Desde 2014 copatrocinó el stand de la asociación más importante de navegantes a nivel nacional, con más de 1.200 socios.
- "X encuentro Anavre Canarias: Ruta del Queso": evento náutico con el concepto de la regata trasnoceánica ARC y charlas náuticas.
- "Ruta 8 islas": plataforma de ayuda al navegante.

LA COLABORACIÓN CON LAS ASEGURADORAS... Y CON CORREDORES

Y así he seguido hasta hoy, enero de 2017. Este proyecto ha representado un incremento importante de beneficios para mi correduría, gracias al esfuerzo en campañas de marketing y a un plan estratégico.

Siempre he considerado la importancia de colaborar conjuntamente con las aseguradoras para conseguir las coberturas que los armadores necesitan; con ello considero que contribuimos a la adaptación y evolución del seguro de embarcaciones en el mercado del siglo XXI; además, damos una imagen de modernidad, creando fuerza en la imagen del mediador de seguros. Coberturas como pérdida de llaves, gestión de multas (no existía en el seguro de barcos), riesgo de contaminación, responsabilidad civil



“SIEMPRE HE CONSIDERADO LA IMPORTANCIA DE COLABORAR CONJUNTAMENTE CON LAS ASEGURADORAS PARA CONSEGUIR LAS COBERTURAS QUE LOS ARMADORES NECESITAN; CONTRIBUIMOS A LA ADAPTACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL SEGURO DE EMBARCACIONES; ADEMÁS, DAMOS UNA IMAGEN DE MODERNIDAD, CREANDO FUERZA EN LA IMAGEN DEL MEDIADOR DE SEGUROS”

en tierra, paralización por día en los seguros de alquiler de embarcaciones, etc., son ejemplos de que las aseguradoras se adaptan a las necesidades de los corredores de seguros y son conscientes de que la evolución en las pólizas fortalece la imagen del sector.

Pero no solamente apoyo la colaboración con aseguradoras, sino que lo considero imprescindible entre corredores; de la colaboración mutua con Carlos Lluch, de LLUCH & JUELICH CORREDURÍA DE SEGUROS, el año pasado lanzamos la única póliza específica en el mercado español de RC para Patrones de Barcos Profesionales, una demanda existente en el mercado que yo la palpaba en los salones náuticos. Es un ejemplo que con las cualidades de cada parte el beneficio es mutuo, y nunca hay que verlo como una competencia sino como una unión de fuerzas para darle al mercado lo que necesita.

Otra función importante es facilitar las gestiones y el servicio a los asegurados; para ello desarrollamos estas ideas que hemos llevado a cabo:

- Disponibilidad de contacto ampliado en los periodos de temporada de embarcaciones, bien por medio de teléfono móvil, correo electrónico o página web.
- Manual para el asegurado de cómo actuar en caso de siniestro o emergencia.
- Desarrollo de una app, disponible en Android e iOs, a través de la cual el asegurado accede a un programa de gestión propio de la correduría, donde puede consultar sus pólizas, recibos, siniestros y enviar/recibir mensajes; también dispone de información de Salvamento Marítimo, de todos los clubes náuticos y puertos deportivos de España, meteorología, encuestas de satisfacción sobre nuestros servicios, y acceso a la web y a todas las redes sociales de la correduría, así como contactos de empresas colaboradoras que ofrecen descuentos a mis asegurados.
- Seguimiento integral del siniestro desde la ocurrencia hasta el cierre del expediente.

ESTRATEGIA ACERTADA

Una vez explicado todo lo anterior, es el momento de informar de los resultados de todos los esfuerzos y hándicap que hemos encontrado desde 2007:

- Reconocimiento en el boca a oído por parte de nuestros asegurados.
- Sensación muy positiva de que estamos fomentando el conocimiento del seguro de embarcaciones a través de nuestro blog, artículos en prensa especializada y redes sociales.
- Hemos conseguido aumentar exponencialmente los resultados en comisiones, consiguiendo una estabilidad en sinergia con los demás ramos que operamos en mi correduría, representando el ramo de transportes un 28% de la cartera total; y la nueva producción anual de embarcaciones es de un 41% sobre el conjunto de nueva producción.
- Hemos ganado mucha reputación en el sector tanto náutico como asegurador, que percibimos cuando cuentan con nosotros para cualquier consulta técnica sobre el ramo, a nivel comercial o a nivel de siniestros (interpretación del clausulado). Además, somos los asesores en materia de seguros para todos los socios de ANAVRE, como un servicio gratuito que les ofrecemos. Con lo que deducimos que nuestra cuota de mercado es importante, aunque desconozco el dato.
- Durante cuatro años seguidos hemos sido los máximos aseguradores a nivel nacional de nuestra póliza exclusiva de embarcaciones, con la compañía con la que lo comercializamos.
- Hemos conseguido acuerdos exclusivos para dos asociaciones de navegantes: ANAVRE y ADN (Asociación de Navegantes del Mediterráneo) con resultados espectaculares.

En definitiva, estoy muy orgulloso de haber llegado hasta aquí y de haber acertado con la estrategia que me propuse en 2007.

Finalizaré con una frase del capítulo XIII sobre la concordia y la discordia del libro de “El Arte de la Guerra”: “Cada asunto requiere un conocimiento previo”. □