

FRANCISCO GÓMEZ ALVADO

DIRECTOR GENERAL DE PELAYO

○.....|

LA MAQUINARIA DE PELAYO SIGUE EN FUNCIONAMIENTO TRAS LOS ÚLTIMOS CAMBIOS POR LA JUBILACIÓN DE JOSÉ BOADA Y SU SUSTITUCIÓN EN LA PRESIDENCIA POR FRANCISCO LARA. EL CARGO QUE ESTE ÚLTIMO OCUPABA HASTA AHORA COMO DIRECTOR GENERAL DE LA MUTUA LO HA ASUMIDO FRANCISCO GÓMEZ ALVADO, TRAS OCHO AÑOS EN LA CASA Y CON EL OBJETIVO DE SITUAR A PELAYO COMO LÍDER EN EXPERIENCIA DEL CLIENTE. TODO ELLO SUSTENTADO EN LA CERCANÍA Y EN LA TECNOLOGÍA Y CON EL APOYO DE LOS MEDIADORES.

“Nuestro objetivo es ser líderes en experiencia del cliente”

Tras tu reciente nombramiento como director general quería empezar preguntándote precisamente por cómo asumes esta nueva responsabilidad, ¿qué planteamientos tienes en el horizonte?

Tenemos claro que vivimos un momento de transformación como gran parte del sector y el objetivo es adaptarnos y anticiparnos a estos cambios que se están produciendo. Para nosotros es muy importante trasladar a los clientes nuestra propuesta de valor. Pelayo es una compañía que si por algo intenta distinguirse es por aportar valor y dar calidad a nuestros clientes.

Hemos lanzado nuestra nueva imagen de marca y en ella ponemos muy en valor el diálogo. El lema es ‘Hablar nos acerca’, y queremos ir ese camino: acercarnos mucho a los clientes a través del diálogo y dándoles respuestas claras, sencillas y directas. Y todo desde el punto de vista de la innovación. Para nosotros es muy importante ser líderes en satisfacción de clientes.

José Boada ha cedido el testigo a Francisco Lara, a quien precisamente has sucedido en el cargo. ¿Qué sello deja José Boada en Pelayo?

Es una persona que ha conseguido una opinión unánime en el sector,

el sello de Boada en Pelayo después de quince años de presidencia es un legado extraordinario. Ha conseguido situar a Pelayo con una facturación de casi 500 millones de euros, más de un millón de clientes y un nivel de solvencia altísimo. Ha dado la vuelta totalmente a la compañía y nos ha puesto en una posición tanto en cifras como de imagen, que para los que ahora tenemos que seguir trayectoria es un reto tremendo.

Nosotros queremos hacer esta sucesión continuando su legado. Es un cambio natural que se ha producido como consecuencia de su jubilación y vamos a seguir los pasos que él había dado. Para eso tenemos cuatro ejes estratégicos sobre los que ya venimos trabajando: continuar en la mejora de márgenes; luego fidelizar a los clientes, sobre todo a los de mayor valor; seguir avanzando hacia un concepto muy importante que es la omnicanalidad; y diversificar nuestro negocio.

Todo ello apoyado en el equipo. ¿Qué es lo que más valoras del equipo de Pelayo?

Estamos ahora en un proceso que también enmarcamos en una transformación cultural. Porque todos los cambios que estamos viviendo a nivel sectorial y económico nos llevan a un cambio de transformación cultural. Esta transformación está en consonancia con los tiempos que nos ha tocado vivir, tras un año 2020 muy duro donde los equipos han demostrado un nivel y un compromiso con el trabajo extraordinario.

Además de los empleados de Pelayo, también un equipo directivo del que estoy rodeado comprometido con este proyecto. En Pelayo estamos de enhorabuena, hemos sido reconocidos este año 2021 por la consultora Great Place to Work como una de las 50 mejores empresas para trabajar en España, concretamente en el puesto nº 14. Para nosotros ha sido un bombazo, que después de un 2020 con lo que hemos pasado, cumplien-

do resultados, y además con los empleados reconociendo que están muy satisfechos con la empresa en la que trabajan, es un motivo de orgullo y satisfacción.

A las puertas del nuevo plan

En los últimos meses hemos abordado los objetivos de Pelayo para 2021. A día de hoy, ¿cómo está evolucionando en los puntos principales?

En nuestro plan trienal 2019-2021 teníamos muy clara cuál era nuestra estrategia. A final de año construiremos el nuevo, pero va a continuar sobre los mismos ejes: mejora de márgenes, fidelizar a clientes de mayor valor, omnicanalidad y diversificación.

Hemos avanzado mucho en la mejora de márgenes, también es cierto que el viento de cola que hemos tenido por el ramo de Automóviles nos ha ayudado, pero también hemos conseguido que en el segundo eje, fidelizar a los clientes que más valor nos aportan, hemos avanzado bastante. Tenemos una base de clientes de alto valor muy importante para Pelayo y cada vez mayor.

También mejoramos bastante en la diversificación, en el peso de Diversos y también de Agrario. Y en el último eje, el de la omnicanalidad, trabajamos intensamente, sobre todo de la mano de la tecnología. Para conseguirlo contamos con un proyecto de transformación digital del que ya tenemos los primeros resultados y hay que seguir avanzando en el tiempo.

Hablar de digitalización puede ser más importante que nunca. ¿Cómo está siendo el proceso en que estáis involucrados?

La transformación conlleva una apuesta por la tecnología y estamos invirtiendo mucho en ella, desarrollando una nueva arquitectura tecnológica y al final esa inversión, que viene mucho de la mejora de márgenes, tiene como objetivo que sea un medio para mejorar nuestra relación con los clientes.



Después de lo vivido y experimentado en el último año, ¿hasta qué punto están influyendo los cambios de comportamiento de los clientes, sobre todo en la demanda?

Son cada vez más exigentes, lo comparan y analizan todo, y esta es una tendencia que va a continuar. Y para conseguir satisfacerlos la tecnología es muy importante.

Para nosotros es fundamental porque nuestro objetivo es ser líderes en experiencia de clientes. Para conseguirlo tenemos que ser capaces de adaptarnos y de ser innovadores en esta rela-

ción con los clientes. Estamos convencidos de que lo podemos conseguir a través de tres valores que nos identifican como marca. Uno es el compromiso, con los clientes y con el trabajo bien hecho; el segundo es la cercanía, si por algo se nos puede diferenciar en Pelayo es porque somos una compañía muy cercana; y el tercero que nos tiene que distinguir es la agilidad.

Precisamente hace dos semanas se publicó un informe que os situaba entre las 3 mejores aseguradoras en experiencia de cliente, ¿qué supone esto para Pelayo?

ENTREVISTA

l por **Guillermo Piernavieja**

@PiernaviejaGui

Supone una gran noticia porque al final es un reconocimiento a algo por lo que hemos trabajado y luchado durante muchos años. Hay muchos equipos que están dentro de Pelayo por conseguir esa satisfacción del cliente. Para mí personalmente supone una satisfacción mayor porque hasta ahora había sido el director de Clientes y Oferta en Pelayo, y el hecho de que ahora se compare a Pelayo con los líderes del sector en experiencia de cliente es una satisfacción. Nos ayuda y empuja a seguir trabajando en esta línea.

Diversificación

Pasando a hablar de la mediación, ¿cómo está diversificando Pelayo el negocio junto con la mediación?

“**La transformación conlleva una apuesta por la tecnología y estamos invirtiendo mucho en ella, desarrollando una nueva arquitectura tecnológica y al final esa inversión tiene como objetivo mejorar nuestra relación con los clientes**”

Somos una empresa multicanal. Trabajamos prácticamente en todos los canales de distribución porque allí es donde están los clientes y va a seguir siendo así. Para nosotros la mediación, sobre todo, ha tenido un papel importantísimo en nuestro negocio.

Prácticamente un 50% de nuestro negocio es canal agencial y otro 44% es canal mediado, corredores, grandes cuentas, y un 6% de canal directo. En nuestra relación con los mediadores y en la capacidad de trabajar en los diferentes canales debemos ser capaces de aportar la tecnología que la mediación necesita para realizar una gestión de una forma eficiente y adecuada.

¿En qué otros nuevos proyectos os gustaría trabajar más con la mediación?

Es evidente que la mediación en España juega un papel fundamental y lo va a seguir siendo, independientemente de los cambios tecnológicos que estamos viviendo. Creo que hay dónde ganar tanto para la mediación como para Pelayo si existe una buena cooperación, si existe un buen entendimiento. Nosotros ponemos los medios tecnológicos adecuados para que los mediadores puedan avanzar en este cambio tecnológico, y por otro lado en Pelayo somos capaces de poder crecer nuestro negocio de mano de la mediación, sobre todo de los corredores.

En este sentido con los corredores tenemos un matrimonio en el que hay

que seguir trabajando para crecer. Y sobre todo por un tema muy importante para Pelayo, que es la diversificación.

Tras un año de pandemia y haciendo un poco de revisión de lo vivido pero también pensando en el futuro, ¿en qué aspectos concretos consideras que el sector asegurador sale reforzado?

En este último año para muchas cosas ha habido un cambio radical. Es así, nos ha cambiado la vida y también en nuestro sector. Lo que ha pasado, y creo que es una opinión unánime, es que hemos demostrado que como sector podemos tener la cabeza bien alta porque hemos podido responder muy bien a la situación de crisis sanitaria y económica

que estamos viviendo. Hemos podido mantener nuestros resultados, no hemos tenido problemas de ERE ni situaciones de empleados que se vieron perjudicados y poder decir esto es una bendición.

Queda mucho por hacer. Ha habido muchos cambios, nos tenemos que adaptar a ellos y ahora llega el momento de la recuperación. Yo creo que todas las compañías del sector estamos ya viendo cómo podemos afrontar este año 2021 cuando empiece a recuperarse, aunque todavía hay signos leves y cuesta ver que estemos saliendo del túnel, pero soy optimista y creo que más pronto que tarde esto empezará a verse con otra pinta. Y tenemos que buscar aprovechar ese cambio, esa reactivación económica con la ayuda de la Unión Europea y empezar a crecer. El gran reto que tenemos ahora todos es crecer, dinamizar nuestra economía y quitarnos este dolor de cabeza constante de pandemia y mirar el futuro con optimismo y alegría.

Y estoy convencido de que con lo bien que lo ha hecho en los momentos malos, en los buenos también estaremos a ese nivel.

Para finalizar, ¿qué entidad, qué Pelayo verá el sector dentro de un tiempo?

Hay una gran parte del Pelayo que tenemos ahora que yo ambiciono ver en el futuro. Somos una compañía con corazón. Tenemos unos valores que nos definen como la cercanía o el compromiso, que no son palabras, y yo quiero verlo en el Pelayo del futuro.

Pero también quiero que sea un Pelayo que se nos identifique por la agilidad, una compañía que de la mano de la tecnología es innovadora y que da respuestas muy rápidas. Y sobre todo que eso sea para satisfacer y cuidar a los clientes, con esa mezcla de la agilidad y tecnología pero con cercanía. Y que al final nos vean dentro de unos años en el ranking entre las líderes de satisfacción de cliente.