

Jesús Martínez Castellanos

CEO DEL ÁREA REGIONAL LATAM
NORTE Y CEO MAPFRE MÉXICO

“

Queremos liderar cada mercado, no sólo desde el punto de vista cuantitativo, sino también marcando tendencia mediante la innovación en productos, servicios, herramientas y tratamiento de clientes

”



Para el CEO del Área Regional LATAM Norte y de MAPFRE México, no cabe duda de que “estamos en la mejor posición corporativa para conseguirlo”. Su principal fortaleza radica en que son los únicos aseguradores que están en todos los países de la Región y en algunos casos desde hace muchos años, “lo que nos proporciona un conocimiento y una experiencia muy profunda de esos mercados”.



Gerencia de Riesgos y Seguros (en adelante ‘GRyS’): ¿Cuáles son las principales fortalezas del Área Regional LATAM Norte y qué papel desempeña dentro del Área Territorial LATAM?

Jesús Martínez Castellanos (en adelante ‘J.M.C.’):

Nuestra principal fortaleza radica en que somos los únicos aseguradores que estamos en todos los países de la Región, América Central, República Dominicana y México; además, en algunos casos desarrollamos nuestra labor desde hace muchos años lo que nos proporciona un conocimiento y una experiencia muy profunda de esos mercados.

Es una realidad que la penetración del seguro en la Región es baja, las primas apenas superan el 2% del PIB, muy por debajo de la media de Latinoamérica, lo que implica un importante potencial de desarrollo para los próximos años.

GRyS: ¿Qué metas se han marcado en cada uno de los mercados que la componen?

J.M.C.: En primer lugar, queremos cumplir todos los retos corporativos en cada uno de los países; y, en segunda posición, aspiramos a estar entre las tres primeras aseguradoras en cada uno de los mercados, con el objetivo de alcanzar una cuota de mercado en México del 10%.

“Queremos cumplir todos los retos corporativos en cada uno de los países; y aspiramos a estar entre las tres primeras aseguradoras en cada uno de los mercados”

Asimismo, queremos liderar cada mercado, no sólo desde el punto de vista cuantitativo, sino también marcando tendencia mediante la innovación en productos, servicios, herramientas y tratamiento de clientes. Estamos en la mejor posición corporativa para conseguirlo.

GRyS: En general, ¿qué negocios tienen mayor potencial dentro de su Área?

F.M.C.: Dado el bajo nivel de aseguramiento, todos los negocios presentan un gran potencial de crecimiento, pero en primer lugar citaría Automóviles, aunque necesitamos apoyo regulatorio y de fiscalización por parte de los Estados.

“Dado el bajo nivel de aseguramiento, todos los negocios presentan un gran potencial de crecimiento”

A continuación, destacaría los riesgos asociados al cliente ‘empresa’, tanto desde la perspectiva de la pequeña y mediana empresa, con niveles de aseguramiento muy bajos, como de los grandes riesgos de grupos empresariales de determinados sectores estratégicos.

Por último, también mencionaría la industria de la jubilación, dado el escaso desarrollo y la necesidad futura que estas sociedades tendrán, como sucede en las economías más desarrolladas.

MÉXICO, UN PAPEL PRIORITARIO

GRyS: En calidad de CEO de MAPFRE México, ¿qué supone este país para el crecimiento del grupo en los próximos años?

J.M.C.: México es un país lleno de oportunidades y en la misma proporción de dificultades. Sin embargo, considero que como país estratégico, tanto en primas como en resultados, debe tener un mayor peso en la estructura del negocio de MAPFRE, por lo que el objetivo es conseguirlo en los próximos años.

“Como país estratégico, México debe tener un mayor peso en la estructura del negocio de MAPFRE, por lo que el objetivo es conseguirlo en los próximos años”

GRyS: ¿Cómo marcha el ‘Plan de Expansión Territorial’ puesto en marcha para reforzar su posición dentro de este mercado?

J.M.C.: El Plan de Expansión Territorial consiste en el desarrollo de una Red Agencial mediante atención directa a Agentes, es decir, sin la figura predominante en el mercado mexicano del Promotor o aglutinador de Agentes. El proyecto se inicia en mayo de 2015 y, en estos momentos, está evolucionando según el calendario previsto. Actualmente, disponemos de 12 oficinas directas nuevas y 586 nuevos Agentes.

El plan se ha ampliado con un nuevo proyecto de captación de Agentes noveles afectos y una red específica de personas, cuyo desarrollo y resultados se obtendrán en los próximos años.

GRyS: Recientemente, MAPFRE lanzaba su oferta en seguros online y uno de los países elegidos era México. ¿Qué objetivos se han marcado en este terreno?

J.M.C.: En México estamos distribuyendo Seguros de Automóvil de forma digital desde 2012. La experiencia está siendo muy positiva, si bien un porcentaje elevado de los leads que se generan por esta vía se cierran por teléfono. En lo que llevamos de año, el volumen de primas ha crecido un 52% respecto del mismo periodo del pasado año.

GRyS: Otra de las iniciativas era el programa “Recompensas Color Mapfre” con el que pretenden llegar a un mayor número de clientes. ¿Cuál es el balance, hasta el momento?

J.M.C.: Se trata de un programa de fidelización para el cliente distribuidor, en este caso dirigido a Agentes. Es el primer programa de fidelización de estas características en el mercado mexicano. El balance después de casi un año es muy positivo, especialmente por el entorno de Agentes Multicompañía donde todos los elementos de fidelización que utilizamos son clave para el mantenimiento de la actividad comercial.

“Existe un importante mercado de seguros para mexicanos que atraviesan la frontera de USA y para estadounidenses que entran en territorio de México”

GRyS: ¿Qué planes tienen en el aseguramiento de grandes riesgos en el mercado mexicano? ¿Cómo observan desde MAPFRE México la reestructuración del sector energético?

J.M.C.: Los Grandes Riesgos son uno de los negocios más relevantes dentro del mercado asegurador de México, y especialmente para MAPFRE. Primero por el tipo de cliente, segundo por el potencial de aseguramiento y sobre todo por las ventajas competitivas de las que disponemos al tener en el Grupo una Unidad especializada como Global Risks.

La liberalización del mercado energético todavía no ha tenido el efecto esperado en la economía de México, pero estoy convencido que en los próximos años será uno de los motores del desarrollo económico del país.

RESULTADOS POSITIVOS

GRyS: En su conjunto, ¿cómo valora la evolución de MAPFRE en Latinoamérica? ¿Se están cumpliendo sus expectativas?

J.M.C.: Actualmente, Latinoamérica está sufriendo la volatilidad de los mercados y algunas incertidumbres internacionales, especialmente por el descenso en los precios de las materias primas y el consecuente impacto en los tipos de cambio.

Sin embargo, considero que a pesar de que económicamente no es el mejor momento para este territorio del mundo, MAPFRE está obteniendo resultados positivos, con crecimientos en términos reales en moneda local y siendo la primera multinacional aseguradora de Latinoamérica.

“A pesar de que económicamente no es el mejor momento, MAPFRE está obteniendo resultados positivos, siendo la primera multinacional aseguradora de Latinoamérica”

GRyS: A su juicio, ¿qué potencial tiene la gerencia de riesgos y los Global Risks en Latinoamérica? ¿Qué papel está llamado a representar MAPFRE en estos temas, en América Latina?

J.M.C.: Estamos en la mejor situación para ser la primera aseguradora en este tipo de grandes riesgos, en cada uno de los países. En primer lugar, por nuestra implantación territorial y conocimiento de los clientes y del mercado. En segundo lugar, por disponer de la especialización y apoyo de la Unidad Global Risks. Finalmente, destacaría el plan previsto de acercar la decisión al cliente, a medida que dispongamos de los equipos locales con la preparación adecuada.

“Estamos en la mejor situación para ser la primera aseguradora en Global Risks en cada uno de los países del Área”

UNA LABOR APASIONANTE



Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Actuario de Seguros, Jesús Martínez se incorporó a MAPFRE en 1989 y desde entonces ha ocupado diferentes cargos de responsabilidad: Director General de Negocio de MAPFRE Vida, Consejero Delegado de MAPFRE Empresas y Vicepresidente Tercero de la División de Seguros España y Portugal, entre otros.

En 2014, fue nombrado Director General de Negocio y Clientes de MAPFRE España y, en 2015, CEO de MAPFRE México. Además, desde enero de 2016, ocupa el puesto de CEO del Área Regional LATAM Norte, un nombramiento que recibía “con una enorme ilusión”. “Es apasionante liderar ocho países, conocer la realidad y poder influir en tantos mercados de seguros diferentes”, añade.

Ambas responsabilidades, en su opinión, son muy compatibles. “Un importante número de iniciativas y planes de acción válidos para México, también lo son para el resto de los países”, destaca. ■