

GRUPO ARTAI ganador del Premio GEMA 2011

La **convocatoria 2011 de los conocidos Premios GEMA**, en su octava edición, ya tiene uno de sus ganadores. Así, en la Categoría de Innovación, el premio ha recaído en el artículo '**Tecnología, innovación y orientación al cliente**', de **GRUPO ARTAI**.

El Jurado de esta convocatoria ha estado compuesto por José María Campabadal, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros; Pilar González de Frutos, presidenta de UNESPA; David Sanza, presidente de FECOR; Martín Navaz, presidente de ADECOSE; Juan Arsuaga, presidente de ASASEL, Francisco Betés, presidente de IMAF, y Susana Pérez, directora de INESE.

Amplio respaldo de las aseguradoras

El Organizados por INESE-RBI e IMAF, los Premios GEMA tratan de reconocer las mejores iniciativas de Gestión Empresarial en la Mediación Aseguradora, explicadas a través de artículos publicados en la revista **Actualidad Aseguradora**.

Este año cuentan con el patrocinio y respaldo de un buen número de entidades que apoyan firmemente a la Mediación tradicional: AEGON, ALLIANZ, ASEFA, ASEQ VIDA Y ACCIDENTES, AVIVA, AXA, CASER, CESCE, Close Brothers Financiación de Seguros, DUAL IBÉRICA, DAS, GENERALI, GRUPO DIAGONAL, HDI SEGUROS, LIBERTY SEGUROS, LLOYD'S, MAPFRE y MUTUA GENERAL DE SEGUROS-EUROMUTUA.

JOAQUÍN HUERGO LUZ
Consejero Delegado de ARTAI

Tecnología, innovación y orientación al cliente

ES DIFÍCIL HACER UN RESUMEN de lo que es hoy ARTAI, cómo se ha conseguido y hacia dónde vamos. Desde su fundación, en 1993, hasta la fecha ha sido una constante adaptación, un esfuerzo diario en innovación y una gran dedicación en la formación de nuestros profesionales. Todo ello, por supuesto, orientado al servicio al cliente.

Cuando una empresa empieza de cero se plantean muchos retos. El primero, generar la suficiente confianza en el mercado que te permita sobrevivir a este inicio, y luego lograr una estabilidad en la que puedas mantenerte en un futuro. ARTAI superó con sobresaliente la primera fase, los profesionales fundadores de la empresa pronto consiguieron su objetivo inicial. No obstante, había otro reto más concreto y trazado a más largo plazo, deberíamos ser un bróker de referencia en el mercado nacional y, por qué no, en el internacional.

DEDICACIÓN, PROFESIONALIDAD,...

¿Cómo lograr esto? No existen más recetas que la dedicación, la profesionalidad, buenos socios y unas metas bien fijadas. Evidentemente, además de esto, hay mucho trabajo de imaginación e innovación. Una em-



presa que crece exponencialmente durante 18 años tiene que autoajustarse constantemente. Cómo mantener la calidad de servicio, cómo estar cerca del cliente y conservarlo, y cómo conseguir nuevos clientes, se hacía cada año más complicado, además de exigir más recursos, que siempre hemos estado dispuestos a poner al servicio del cliente.

Durante estos años hemos reorganizado nuestra estructura interna en varias ocasiones. Hemos dotado a nuestra organización de nuevas oficinas comerciales, más cercanas al cliente (actualmente 11 oficinas en España y 2 en Iberoamérica), hemos desarrollado ambiciosos programas de formación y, sobre todo, hemos invertido en recursos humanos. La parte más importante de nuestra empresa, que es parte del secreto de nuestro éxito.

“NUESTRA ESTRATEGIA COMERCIAL NO HA VARIADO MUCHO DESDE EL INICIO. SE APOSTÓ POR SER LÍDERES EN AQUELLOS SEGMENTOS DE MERCADO EN LOS QUE NOS INVOLUCRÁBAMOS, LÍDERES EN CUOTA DE MERCADO Y ESPECIALMENTE LÍDERES EN CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO”

premios *Gema*

Patrocinadores:



Organizadores:



Tras la buena acogida que lograron las ediciones anteriores de los Premios GEMA, que, como se sabe, tratan de reconocer a las mejores iniciativas de Gestión Empresarial en la Mediación Aseguradora, está ya en marcha la VIII Edición. Toda la información sobre esta nueva convocatoria está disponible en la web de INESE (www.inese.es). Quienes deseen participar o consultar cualquier duda pueden también hacerlo a través del e-mail: inesemad@rbi.es o el fax: 915 352 955

Obviamente, los tiempos que vivimos han incidido directamente en nuestra empresa, como no podía ser de otro modo. Una fuerte bajada de las primas, un descenso de actividad de las empresas -o que, desgraciadamente, desaparecían- y una competencia feroz nos ha obligado a volver a ser imaginativos. No podíamos dejar de hacer lo que hacíamos ni utilizar menos recursos, con lo que tendríamos que ser más eficientes en nuestros procesos, sin mermar nuestra capacidad de respuesta.

REESTRUCTURACIÓN PARA GANAR EN EFICIENCIA

A finales del año 2008 se tomó la decisión de hacer una gran apuesta de desarrollo tecnológico, base para la eficiencia que necesitábamos; a lo largo de 2009 se trabajó en el modelo y, por fin, en 2010, coincidiendo con la implantación del nuevo desarrollo, hicimos una nueva reestructuración con el objeto de lograr sinergias de grupo y de personas, además de prepararnos para los próximos años, que sin duda serán duros.

Nuestra estrategia comercial no ha variado mucho desde el inicio. Se apostó por ser líderes en aquellos segmentos de mercado en los que nos involucrábamos, líderes en cuota de mercado y especialmente líderes en conocimiento del negocio. Esta posición de liderazgo nos dio la fortaleza comercial necesaria para crecer y apostar por nuevas líneas de negocio, siempre de la mano de excelentes profesionales. Ser conocedores del negocio nos hace ser más innovadores, como ejemplo el negocio Marítimo. En estos años diseñamos y desarrollamos una cobertura especial para buques pesqueros, el "Seguro de mal Tiempo", preparado para afrontar las pérdidas de explotación derivadas por el mal tiempo en la mar. Producto único en el mercado y de creciente éxito, año a año.

Coincidiendo con nuestros clientes en su desarrollo y búsqueda de nuevos mercados decidimos apostar por desarrollar una nueva estructura de servicio internacional, en la que pudiésemos dar a nuestros clientes la misma confianza. Así, junto con unos buenos amigos y colaboradores de Portugal (MDS), nos lanzamos a la creación de una red Internacional de brókers. Después de unos años de esfuerzo, en el año 2009, en Hong-Kong, conseguimos una alianza internacional, llamada BrokersLink, que abarca más de 50 países y todos los continentes. Esta organización da servicio a todos nuestros clientes en todo el mundo.

Hoy ARTAI es la suma del esfuerzo profesional de su equipo, del uso eficiente de la tecnología y de la dedicación orientada al cliente. Más de 100 empleados, 11 oficinas en España, Oficina en Buenos Aires y Montevideo. Más de 10 millones de euros en facturación anual, mucha ilusión y mucho trabajo avalan nuestro éxito. Y un futuro que esperamos nos haga seguir siendo mejores. □