

JAMIE CAÑELLAS

Country manager Insurance, Sampo Iberia

O.....+

DISCIPLINA, RETOS, CONFIANZA, GESTIÓN Y SOLIDEZ SON ALGUNAS DE LAS PALABRAS QUE CITA Y TRANSMITE JAMIE CAÑELLAS PARA HABLAR DE UNA COMPAÑÍA QUE COMANDA EN EL MERCADO IBÉRICO DESDE HACE TRES AÑOS Y AL QUE TRASLADA SU EXPERIENCIA INTERNACIONAL Y LA CULTURA DE GRUPO. EXPLICA LO QUE ES EL CUIDADO DEL DETALLE Y AL MISMO TIEMPO LA PERTINENCIA DE NO PARAR DE AFRONTAR RETOS COMO SI FUERAN MONTAÑAS, ESAS QUE LE GUSTA ESCALAR Y QUE ENCUENTRA “TERAPÉUTICO Y RELAJANTE”, UN “CONTRAPUNTO IMPORTANTE A MI TRABAJO DIARIO”.

“Me siento muy afortunado de formar parte de un sector tan diverso y, en muchos sentidos, único”

Sompo está asentada en el mercado español y registrando crecimientos, pero para empezar esta entrevista: ¿qué retos impone crecer así?

Es una pregunta interesante y muy pertinente. Sampo lleva más de 50 años en el mercado europeo prestando servicio a intereses japoneses, especialmente en España, desde nuestra sede en Barcelona. A partir de 2023, Sampo ha invertido en crear una infraestructura local sólida para desarrollar planes específicos en cada país seleccionado, ofreciendo

múltiples líneas de producto y servicios más allá de las cuentas vinculadas a intereses japoneses. Ha sido un recorrido increíble.

Cuando asumí el cargo de Country Manager de Iberia en Sampo, hace tres años, tenía ya claro que íbamos a crecer. Sabía que contábamos con el potencial y el enfoque adecuado para consolidarnos en este mercado. Pero el crecimiento de Sampo en Europa continental ha superado nuestras expectativas y, al ritmo al que estamos avanzando, es natural que surjan retos.





Con la experiencia de haber construido pilares sólidos apoyándonos en el mejor talento del mercado, somos muy conscientes del impacto que las personas tienen en nuestro negocio. Y, como todos sabemos, encontrar el talento adecuado no siempre es fácil. Somos selectivos porque nuestros equipos se caracterizan por un espíritu muy colaborativo y una mentalidad emprendedora. Esa cultura es lo que mantiene unidos a nuestros equipos y también es algo que valoran corredores y clientes, porque se traduce en responsabilidad, capacidad de respuesta y un enfoque muy práctico.

Una selección de personal cuidadosa, respaldada por condiciones atractivas y beneficios adicionales, además de la inversión en el desarrollo de los equipos, exige un esfuerzo importante.

“
Avanzar con los tiempos y estar atentos a los cambios que nos rodean es tan importante como mantener la conexión personal con nuestros clientes y corredores
”

Pero tenemos muy claro el propósito: estamos firmemente comprometidos a largo plazo.

También tenemos que ser estratégicos con la dotación de recursos. El riesgo del crecimiento exitoso es centrarse demasiado en generar ingresos y perder de vista lo que ocurre 'entre bastidores'. Para nosotros, es clave mantener un buen equilibrio entre quienes están en primera línea y nuestros excelentes equipos de operaciones y siniestros, que garantizan que todo funcione con fluidez.

Y otro aspecto que cobra aún más importancia a medida que crecemos es la comunicación, tanto interna como externa. Con equipos más grandes hay menos puntos de contacto naturales, y lo que al principio resultaba sencillo pasa a requerir una gestión deliberada.

Por eso estamos comprometidos con construir relaciones sólidas y significativas entre equipos, y también con corredores y clientes. Invertimos tiempo en esa conexión: la relación personal es una parte esencial de nuestra forma de trabajar y de cómo nos mantenemos cerca de necesidades que evolucionan constantemente.

¿Estás contento con vuestro desarrollo hasta ahora?

Se nos reconoce como uno de los líderes del mercado a nivel mundial y vamos por buen camino para alcanzar también ese estatus en Iberia. Nuestro éxito se apoya en algunos de los factores que ya he mencionado, pero especialmente en la solidez de nuestras relaciones con clientes y corredores. Dicho esto, no podemos bajar el ritmo.

Con 137 años de historia, está claro que Sompó ha sabido evolucionar. Nuestra filosofía se basa en una mezcla de tradición e innovación: avanzar con los tiempos y estar atentos a los cambios que nos rodean es tan importante como mantener la conexión personal con nuestros clientes y corredores.

Así que, estoy muy contento con el camino recorrido y, al mismo tiempo, me ilusiona lo que tenemos por delante.

¿Tenéis previsto ampliar el equipo de Sompó en España a corto plazo?

Contamos con un equipo sólido, con experiencia en todas las líneas de producto y regiones, y tenemos planes de seguir creciendo. La inauguración el año pasado de nuestras nuevas oficinas en Barcelona y Madrid fue una señal clara de nuestro compromiso a largo plazo con el crecimiento en España y nos aporta capacidad adicional para aprovechar el impulso que hemos generado.

“
La estrategia de Sompó se basa en anticiparse al cambio en lugar de reaccionar ante él, para que, a medida que los sectores evolucionan y surgen nuevas exposiciones, podamos orientar a los clientes con claridad y confianza
”

Dicho esto, aunque crecer sigue siendo una prioridad, no es nuestro único objetivo. Es igual de importante que lo que hacemos hoy siga funcionando también mañana. Por eso debemos asegurarnos de contar con la capacidad adecuada para seguir mejorando procesos y mantener una calidad alta y constante para nuestros clientes y corredores. El talento es fundamental en nuestra estrategia, así que seguiremos siendo muy selectivos: buscamos personas que, además de habilidades técnicas, sean rigurosas y constantes en el día a día, que compartan nuestros valores

y aporten el espíritu emprendedor necesario para operar con eficacia en un mercado en permanente cambio.

Teniendo en cuenta cómo funciona el sector asegurador español y la alta competencia, sobre todo entre compañías especialistas, ¿qué papel juega Sompó?

En este sector, corredores y clientes corporativos buscan experiencia local con alcance internacional. Quieren acceso a perspectivas globales, pero también contar con un socio de confianza que pueda actuar con rapidez y con capacidad de decisión a nivel local.

Somos un proveedor global líder en el mercado asegurador español. La toma de decisiones y el conocimiento local son fundamentales para nuestro modelo. Nuestros líderes europeos y globales están reforzando y respaldando activamente este enfoque mientras construimos algo duradero: una base diseñada para perdurar, guiada por una visión a largo plazo.

En última instancia, lo que nos distingue es la calidad del equipo y el 'local empowerment'. En muchas organizaciones, las decisiones tienen que escalar por múltiples niveles. En cambio, nosotros ofrecemos un servicio rápido, ágil y orientado a soluciones. Y eso es lo que nuestros corredores nos comentan que más valoran de nuestra colaboración.

Líneas Financieras, Responsabilidad Civil, Transportes, Daños Materiales... contáis con líneas muy especializadas. ¿Tenéis previsto ampliar para el mercado español esa gama de soluciones aseguradoras?

Ofrecemos a nuestros clientes un conjunto completo de soluciones y líneas de

“
La suscripción de calidad siempre ha sido fundamental para la propuesta de valor de Sompó y, en un entorno altamente competitivo, mantener ese rigor es esencial
”

“Lo que más me gusta es que los seguros son un negocio de personas”

Entramos si te parece en un plano más personal. Si nos planteamos un futuro, por ejemplo, a 10-15 años, ¿dónde te gustaría ver a Sompo?

A mí me gustaría que Sompo se consolidara en España y Portugal como líder preferido del mercado, reconocido por ofrecer soluciones relevantes y valor a largo plazo a nuestros clientes.

Dentro de 10 o 15 años, quiero que se nos reconozca como líderes indiscutibles de nuestro mercado aquí en España: una aseguradora que corredores y clientes eligen activamente porque somos coherentes, técnicamente sólidos y fiables cuando importa. Para mí, eso implica seguir haciendo lo que ya hacemos bien: mantener disciplina en suscripción, invertir en talento y trabajar con espíritu emprendedor, sin dejar de ser fieles a nuestros valores y manteniendo un enfoque cohesionado y de alta calidad a medida que crecemos.

Estoy plenamente comprometido con ese camino y creo sinceramente que tenemos el potencial, la ambición y las capacidades para llegar hasta allí.

Ya sé que lo pregunto muchas veces pero no quiero dejar de hacerlo: ¿te divierte trabajar en el sector asegurador?

Sí, lo disfruto de verdad. Me siento muy afortunado de formar parte de un sector tan diverso y, en muchos sentidos, único. Lo que más me gusta es que, al final, los seguros son un negocio de personas: las relaciones y la confianza importan, y eso se ve cada día en cómo trabajamos con clientes, corredores y compañeros.

Además, es un sector en constante evolución. Esa combinación de retos, pensamiento estratégico y colaboración es lo que lo hace interesante para mí. Y también es muy gratificante cuando puedes encontrar la solución adecuada y apoyar a los clientes cuando más lo necesitan.

Háblanos de ti. ¿Qué te gusta, con qué disfrutas cuando no estás trabajando?

Volviendo al punto de partida de esta entrevista, al hablar de los retos, debo reconocer: me encantan los retos. Esa es una de las razones por las que he dedicado mucho tiempo a escalar montañas. Lo encuentro terapéutico y relajante, y es un contrapunto importante a mi trabajo diario. Otra rutina que me ayuda a mantener el equilibrio, literalmente, es el yoga, que practico cada mañana. Pero, sobre todo, me encanta pasar tiempo con mi familia. Eso es vivir la cultura latina.

¿Y tienes algún sueño personal que te gustaría alcanzar?

Siempre he tenido el sueño de crear una fundación para apoyar a las personas más vulnerables, ya sea en España o en cualquier otro lugar. Para mí, se trata de devolver algo de forma significativa, utilizando la experiencia, la perspectiva y las conexiones que he construido a lo largo de los años para ayudar allí donde pueda marcar una diferencia real. Siendo realista, probablemente sea un proyecto para una etapa posterior a mi carrera profesional a tiempo completo, sobre todo porque hacerlo bien lleva tiempo. Pero es algo que llevo dentro desde hace mucho tiempo, y me gusta pensar que, cuando llegue el momento adecuado, será un reto de otro tipo.

producto que incluye Daños Materiales, Energía y Renovables, Responsabilidad Civil, Líneas Financieras, Transportes y Carga, y Accidentes y Salud. Exploramos constantemente nuevas oportunidades y formas de responder a las necesidades cambiantes de nuestros clientes.

¿Qué más servicios, objetivos o acciones comerciales os habéis marcado?

Siempre buscamos formas de crear y ampliar colaboraciones a través de canales de distribución alternativos. Además, el acceso a recursos en todo el mundo es algo que nuestros clientes valoran mucho. Muchos de nuestros grandes clientes operan en diferentes regiones, y les damos acceso a experiencia global para apoyar su crecimiento y expansión.

Otro de nuestros objetivos principales, algo que siempre hemos practicado y promovido, es mantener un enfoque directo y ser un socio fiable y flexible. Estamos comprometidos a garantizar que esto siga siendo así.

Competencia y riesgos

En general, ¿la suscripción se ha endurecido?

Sí, en el sentido de que seguimos siendo muy disciplinados y selectivos incluso cuando el mercado se debilita. La suscripción de calidad siempre ha sido fundamental para la propuesta de valor de Sompo y, en un entorno altamente competitivo, mantener ese rigor es esencial. Nuestro enfoque no se limita a consideraciones comerciales: nos diferenciamos con una propuesta de valor más amplia y con un talento técnico muy sólido.

Sobre cuestiones de actualidad que afectan directamente al sector, ¿la guerra de Irán, los demás conflictos y otros acontecimientos geopolíticos pueden condicionar los planes o algún negocio asegurador?

Los acontecimientos geopolíticos pueden afectar a las carteras de seguros muy rápidamente, a menudo incluso antes de que se produzca un siniestro, porque aumentan la incertidumbre, la correlación y el potencial de acumulación entre regiones y sectores.

En la práctica, esto implica reevaluar exposiciones, revisar términos y condiciones y ajustar capacidad y precio allí donde los riesgos se ven más directamente afectados. Por ejemplo, un aumento de la tensión en torno a rutas comerciales clave como el estrecho de Ormuz puede provocar desvíos, interrupciones en la cadena de suministro y nuevos puntos de concentración, creando riesgos de agregación que, de forma natural, exigen un mayor escrutinio técnico en la suscripción y pueden desencadenar reacciones más amplias del mercado.

En general, una volatilidad geopolítica sostenida refuerza la importancia de



Las pérdidas por catástrofes climáticas, la interrupción de la cadena de suministro, la acumulación de riesgos cibernéticos y la complejidad normativa están ejerciendo presión sobre las condiciones de suscripción y sobre la resiliencia general de las carteras

una gestión activa de la cartera y de la planificación de escenarios. También eleva el listón en capacidad de respuesta: los clientes valoran cada vez más a las aseguradoras que pueden ofrecer orientación clara y oportuna y que mantienen coherencia en la toma de decisiones en un entorno que cambia rápido.

Al margen de los anteriores, ¿qué tipos de riesgos te generan más inquietud?

La velocidad a la que cambian los riesgos es mayor que nunca. Por ejemplo, la inteligencia artificial está aumentando la severidad de los ciberataques, y los fenómenos meteorológicos extremos plantean nuevos retos en daños materiales. En España estamos viendo sequías extremas seguidas de lluvias devastadoras. El fenómeno DANA es un ejemplo claro de lo rápido que el clima puede traducirse en consecuencias graves. Tenemos que analizar con mucho detenimiento los riesgos que suscribimos y las soluciones que necesitan nuestros clientes.

La estrategia de Sompo se basa en anticiparse al cambio en lugar de reaccionar ante él, para que, a medida que los sectores evolucionan y surgen nuevas exposiciones, podamos orientar a los clientes con claridad y confianza.

Si nos centramos en todo lo amplio que podríamos llamar sector, desde tu experiencia internacional anterior y ahora como Country Manager aquí, ¿cuáles son tus principales preocupaciones en relación con el aseguramiento empresarial?

Basándome en mi experiencia internacional y en lo que observo hoy en el mercado español, mis principales preocupaciones en seguros comerciales son la creciente volatilidad del riesgo y la velocidad a la que cambian las expo-



“
Las expectativas de los clientes están aumentando: buscan un valor más claro más allá de la póliza, como una ingeniería de riesgos más sólida, mejores datos y una gestión de siniestros rápida y transparente
”

siciones. Las pérdidas por catástrofes climáticas, la interrupción de la cadena de suministro, la acumulación de riesgos cibernéticos y la complejidad normativa están ejerciendo presión sobre las condiciones de suscripción y sobre la resiliencia general de las carteras.

Al mismo tiempo, me centro en mantener una disciplina técnica sólida en un entorno muy competitivo, especialmente con la entrada de más capacidad en el mercado y el continuo ablandamiento de condiciones. Además, las expectativas de los clientes están aumentando: buscan un valor más claro más allá de la póliza, como una ingeniería de riesgos más sólida, mejores datos y una gestión de siniestros rápida y transparente.

Esto está directamente vinculado con nuestro propósito: proteger el riesgo y el balance de nuestros clientes. Para hacerlo bien, debemos anticiparnos con las soluciones adecuadas y seguir adaptándonos conforme cambian sus necesidades. Lo conseguimos mediante una colaboración estrecha entre suscripción, gestión de siniestros e ingeniería de riesgos, creando un ciclo continuo de retroalimentación sobre riesgos emergentes y cambios de mercado, para que los clientes mantengan una visión clara y completa de su panorama de riesgos y puedan tomar decisiones con confianza.

Por otra parte, ¿la competencia en el mercado es tan dura como siempre? ¿No hay demasiados actores especialistas para un mismo mercado?

Es importante subrayar que la competencia no es negativa en sí misma. Una competencia sana mantiene el mercado 'vivo': obliga a las aseguradoras a per-

feccionar la disciplina de suscripción, mejorar el servicio y la gestión de siniestros, invertir en especialización y seguir innovando en productos y soluciones.

En última instancia, eso favorece la evolución del mercado y eleva estándares, lo que beneficia a clientes, corredores y aseguradoras.

¿El mercado asegurador español es tan atractivo como para que sigan llegando tantas compañías especialistas?

España es un mercado asegurador maduro, con oportunidades y también con retos. Las tasas de crecimiento pueden ser más limitadas que en mercados menos desarrollados, y la competencia es fuerte, por lo que no siempre es el entorno más fácil para expandirse.

Al mismo tiempo, esa madurez es precisamente lo que hace atractivo el mercado para las aseguradoras especializadas. La base de clientes es sofisticada, los corredores son muy profesionales y muchos riesgos requieren de una suscripción cada vez más técnica y soluciones a medida. Además, existe una demanda sostenida de capacidad especializada para coberturas complejas y en evolución constante.

Tándem perfecto con los corredores

Pasando a otros temas, ¿cómo valoras las relaciones de Sompó con los corredores de seguros?

Desde mi perspectiva como aseguradora, nuestras relaciones con los corredores son insuperables. En un mundo cada vez más impulsado por la tecnología, la conexión personal sigue siendo increíblemente importante. Para nosotros, los corredores no son solo una vía de

Nuestras relaciones con los corredores son insuperables. En un mundo cada vez más impulsado por la tecnología, la conexión personal sigue siendo increíblemente importante

acceso al mercado, sino una parte clave de nuestro desarrollo local en España y Portugal. Al igual que nosotros, combinan alcance internacional con un conocimiento real del terreno, y esa combinación es extremadamente valiosa.

Su proximidad al cliente les permite detectar señales tempranas: cómo está cambiando el riesgo, dónde hay que adaptar la cobertura y qué se considera 'bueno' desde la perspectiva del cliente. Nosotros aportamos experiencia técnica en suscripción y riesgos para traducir eso en soluciones claras y rigurosas. Cuando trabajamos de verdad en tándem, compartiendo información, retándonos de forma constructiva y desarrollando enfoques conjuntamente, podemos crear coberturas pertinentes, sólidas y que eviten lagunas no deseadas.

¿Con qué tipo de corredores trabajáis? ¿Tenéis acuerdos o relaciones con asociaciones de corredores?

Siempre estamos buscando canales de distribución alternativos y estamos abiertos a oportunidades que encajen con nuestros objetivos. Trabajamos con una amplia red de corredores en el mercado, centrados en relaciones a largo plazo y en oportunidades con encaje estratégico. Esto incluye a los principales corredores globales presentes en España, corredores regionales grandes y me-

dianos, así como agentes generales de gestión (MGA) y agencias de suscripción. Lo que une a todo ello es un conjunto de valores compartidos y un compromiso real con colaboraciones duraderas.

En tu opinión, ¿en qué destacan los corredores de seguros que operan en España si se comparan a los de otros países?

Lo que más me llama la atención es la cultura del mercado. En España, y de forma similar en Portugal, se valora genuinamente la conexión personal y las redes están muy entrelazadas: el compromiso lo es todo. En otros mercados, se puede cerrar un acuerdo y pasar a otra cosa. Aquí, los corredores tienen que mantener una presencia constante, estar al frente del mercado y cumplir con fiabilidad a lo largo del tiempo.

Ahí es donde creo que los corredores españoles realmente se diferencian. Se apoyan mucho en las relaciones y son muy prácticos, manteniéndose cerca de clientes y aseguradoras durante todo el proceso, en lugar de tratar las colocaciones como transacciones puntuales.

Valoro mucho este enfoque, porque aporta transparencia, mejora la toma de decisiones y, en última instancia, conduce a resultados más sostenibles para los clientes.

Me gustaría que Sompó se consolidara en España y Portugal como líder preferido del mercado, reconocido por ofrecer soluciones relevantes y valor a largo plazo a nuestros clientes