

FERRER&OJEDA

CUANDO LA CULTURA DE EMPRESA ES UNA VENTAJA COMPETITIVA

Fiel a su esencia, 125 años después, el crecimiento de la correduría se sostiene en una cultura genuina profundamente humana: personas al servicio de personas

Ferrer&Ojeda se ha consolidado como uno de los grupos de correduría de seguros más relevantes en España. No solo por su volumen de negocio, que supera los 210 millones de euros, sino por una propuesta de liderazgo empresarial profesional, escalable y orientado al crecimiento, y con una cultura profundamente humana: un negocio de personas al servicio de personas.

Más de 250 profesionales forman hoy parte del grupo Ferrer&Ojeda dando servicio a clientes con programas internacionales en más de 130 países desde sus 20 oficinas en España, destacando Barcelona, San Sebastián y Madrid.

Hoy, en su cuarta y quinta generación, la correduría que celebra 125 años de historia, ha sabido preservar su legado a través de la especialización, la innovación y la cercanía. Proyectando una visión de futuro única en el sector, independiente y muy centrada en el cliente.

VALORES Y CULTURA SOSTENIDOS EN EL TIEMPO

El proyecto de Ferrer&Ojeda es fruto de mantener unos valores muy claros basados en la cultura y el legado. En palabras de Albert Ferrer, director ejecutivo del grupo “la cultura de una empresa no puede ser impuesta, debe ser genuina, auténtica y que se respire en el día a día de la organización, más que estar escrita en grandes murales en las paredes”.

La fórmula puede parecer sencilla, pero requiere una estructura organizativa que facilite esa cercanía: un modelo de empresa plana, ágil y sin jerarquías excesivas, que favorece la toma de decisiones y, sobre todo, una visión a largo plazo y de relación duradera con sus clientes, ya sean particulares, empresas o instituciones públicas. “Somos una empresa de servicios profesionales y nuestro principal activo, por encima de todos, son nuestras personas y su talento”, explica Albert Ferrer.

CAPACIDAD Y CERCANÍA

Los valores que guían esa manera de hacer —la solidez, la mirada a largo plazo, la pasión, la generosidad y una visión profundamente humana del negocio— no han



Albert Ferrer, director ejecutivo

cambiado en más de un siglo. Lo que sí ha evolucionado es el entorno, y la correduría ha sabido adaptarse sin diluir su esencia.

El posicionamiento del grupo en el mercado está muy claro, en palabras tomadas de Lluís Ferrer, presidente de Ferrer&Ojeda, “somos suficientemente grandes para ofrecer la máxima capacidad a nuestros clientes, y suficientemente pequeños para cuidar cada detalle de manera muy cercana y personal”.

En la práctica, esto significa capacidad para invertir en servir mejor a sus clientes, con equipos especialistas, desde complejos riesgos en grandes empresas hasta cubrir todas las necesidades en seguros de un particular. Así, no es casualidad que la tasa de retención de sus clientes se mantenga de forma estable en el 96 %.

CREACIÓN DE VALOR PARA EL CLIENTE

En un mercado tan competitivo como el asegurador, no todo se reduce al precio. Un seguro no es una commodity, sino un contrato que puede incorporar aspectos complejos de cobertura y que exige, en muchos casos, de una interpretación técnica y acompañamiento, tanto en la contratación como en la prestación de un servicio o en el momento de un siniestro. “Nuestro cliente tiene que dormir tranquilo” explica Albert Ferrer.

España, como país de pymes y familias empresarias, está creciendo en una mejor

comprensión de los riesgos y una mayor cultura aseguradora. Contar con un buen programa asegurador puede marcar la diferencia entre la supervivencia o no de un negocio, por ejemplo, frente a un ciberataque, un incendio o una reclamación sobre un producto defectuoso.

Albert Ferrer lo resume así: “Que el cliente duerma tranquilo no es prometer que nada ocurrirá; es garantizar que, cuando ocurra, habrá un equipo preparado, una póliza bien diseñada y una hoja de ruta clara a su lado. La clave es tener una visión holística de los riesgos del cliente y garantizarle su protección a largo plazo”.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA CON COMPONENTE HUMANO

La tecnología, en esta firma, no compite con la proximidad, la amplifica. Su principio es sencillo y exigente: estar “dónde, cuándo y cómo quiera el cliente”. Eso se traduce en una estrategia dual de servicio que, por ejemplo, combina un área digital privada para el cliente —con un seguimiento en tiempo real de los siniestros y la posición aseguradora del cliente— con espacios de relación humana que no delegan el acompañamiento en un algoritmo. “La innovación es útil cuando es invisible: cuando simplifica, cuando evita fricciones, cuando permite al profesional dedicar más tiempo a pensar el riesgo y menos a perseguir papeles”.

VISIÓN DE FUTURO

Muy pocas empresas alcanzan su plenitud 125 años después de su fundación. Ferrer&Ojeda se prepara para seguir siendo independiente, relevante y fiel a su cultura durante los próximos años. Lo hace con la ilusión de contar con un proyecto que respire energía y que reinvierte en el negocio más de un 90% de sus resultados, con una apuesta clara de crecimiento para el futuro.

La estrategia de la compañía mantiene al cliente y las personas en el centro, y combina el crecimiento orgánico —a doble dígito— con el crecimiento mediante integraciones de M&A, donde el grupo ha acometido más de 40 operaciones en los últimos 20 años.

Albert Ferrer destaca que “tenemos una siguiente generación preparada, con la humildad de seguir sirviendo al proyecto junto con un equipo de profesionales de primer nivel, comprometidos y valientes”.

Con un modelo de propiedad 100% familiar, alejado de los grandes inversores financieros y del capital extranjero que ha irrumpido en el sector en los últimos años, Ferrer&Ojeda compite sin miedo por mantener su independencia y una cultura centrada en las personas y en sus clientes, su mejor estandarte competitivo. Su visión a largo plazo guía la estrategia y la toma de decisiones, apostando por la sostenibilidad del proyecto empresarial durante muchos años más.