

CONGRESO OETM

UNESPA

Seguros y riesgos:
Cómo convertir un coste
en ventaja competitiva

Antonio Guardiola Martínez
Responsable de departamento

21 de mayo de 2026



El seguro es una infraestructura silenciosa.



El riesgo no es un accidente estadístico: es un componente estructural del negocio.



En la carretera



En la carga



En la interacción con terceros



En la subcontratación



En la tecnología








Y en un entorno regulatorio cada vez más exigente.

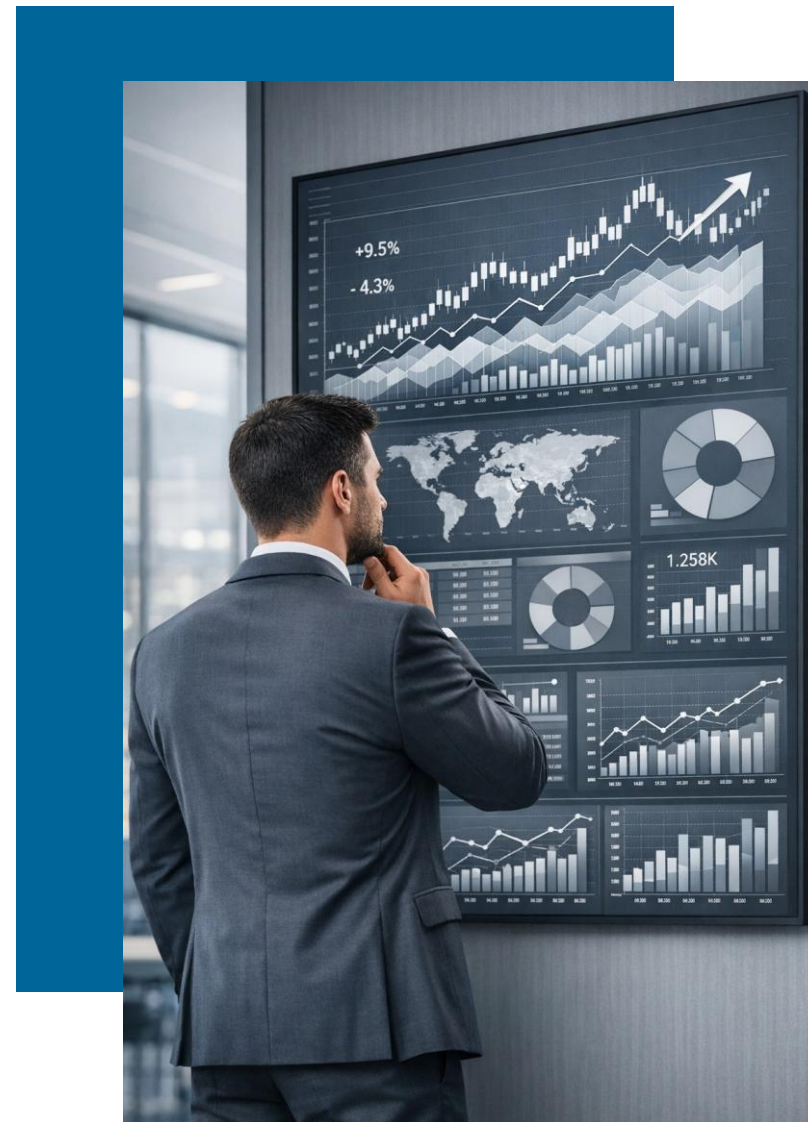


Estamos hablando de **seguridad empresarial**.
Y, bien gestionada, de **ventaja competitiva**.



El seguro es un elemento de **seguridad**.
Pero el seguro, además, puede ser un elemento de **diferenciación**.

	2020	2021	2022	2023	2024
 Pólizas en vigor	223.206	176.711	134.733	118.487	121.977
 Volumen de primas	202.717.895 €	206.767.800 €	229.188.613 €	266.973.429 €	274.541.711 €
 Siniestralidad	96.498.591 €	115.555.391 €	118.874.544 €	132.934.458 €	151.571.580 €
 N° siniestros	70.897	57.267	52.025	52.306	53.800
 Coste medio siniestro	1.361 €	2.018 €	2.285 €	2.541 €	2.817 €





1 El transporte es crítico para la economía



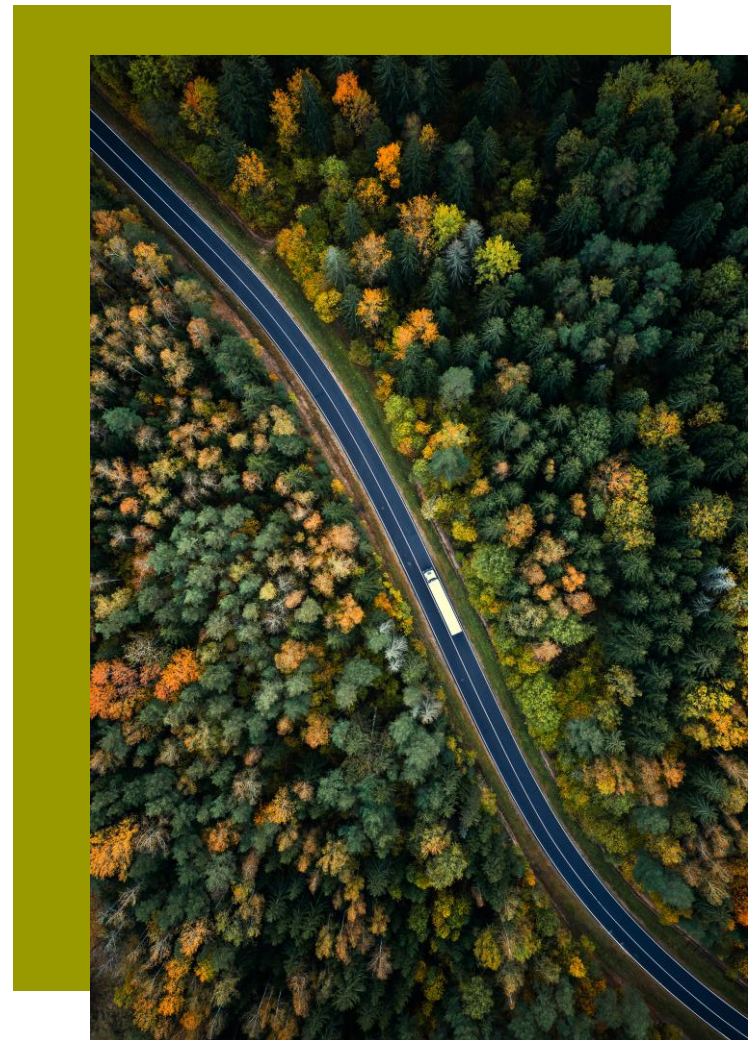
2 El riesgo en transporte es multidimensional



3 El seguro lo hace gestionable



4 El valor real es garantizar la continuidad del negocio





1 Percepción tradicional:
el seguro como **obligación**
y **coste**



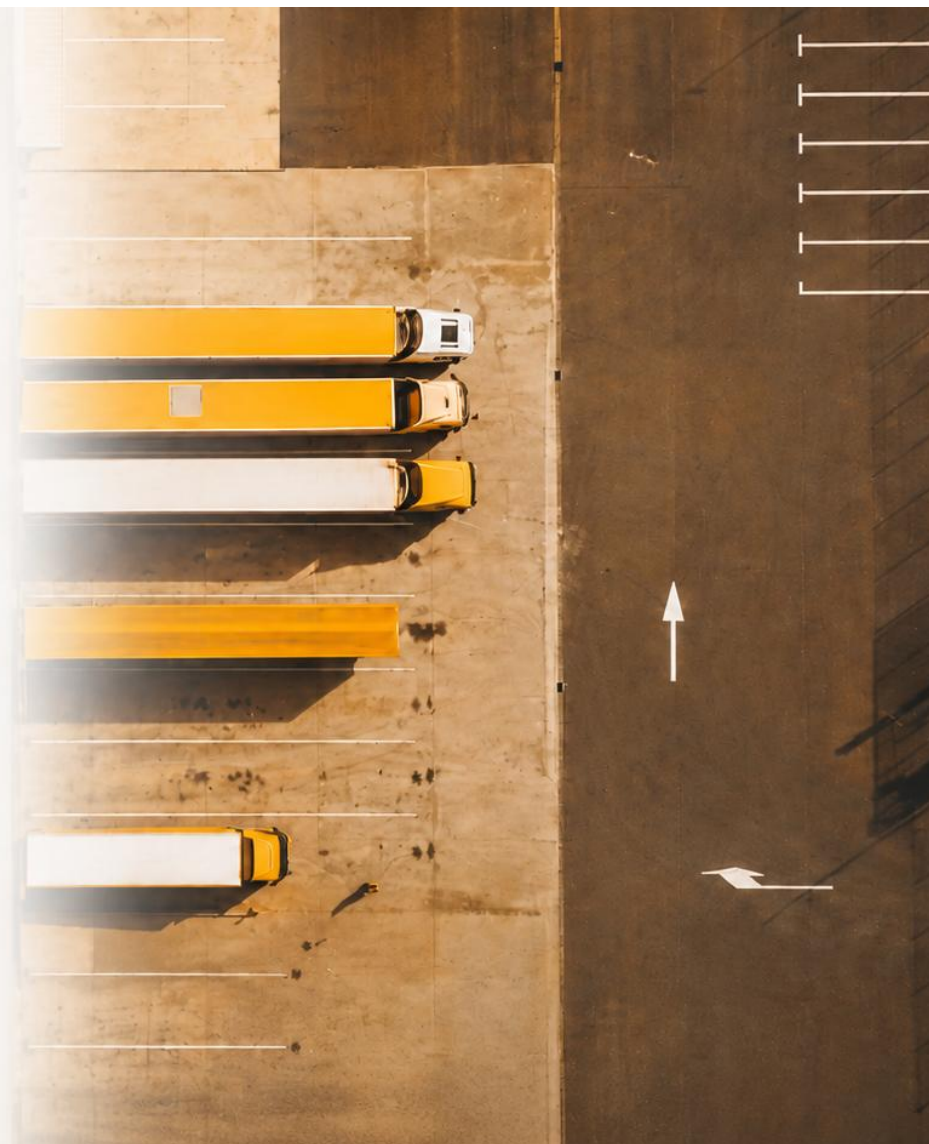
2 Cambio de enfoque:
de cumplimiento a **estrategia**



3 El seguro potencia
la buena **gestión del riesgo**



4 El seguro es relación
y genera **competitividad**





CONGRESO CETM

1 La gestión integral del riesgo va más allá del seguro



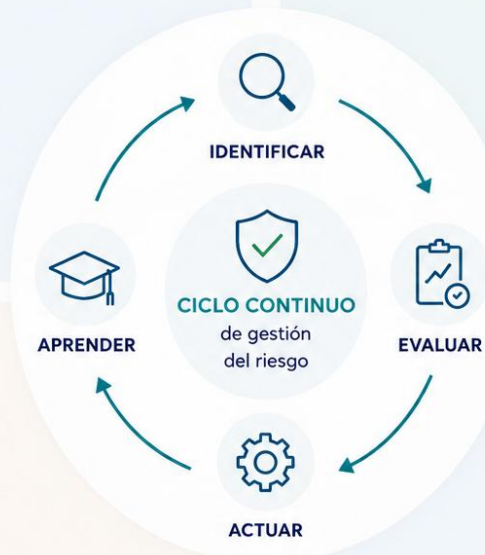
2 Es un proceso continuo en cuatro pasos



3 El riesgo es sistémico y afecta a toda la operación



4 La clave está en la prevención y en la preparación





1. La prevención no es un coste, es la inversión más rentable



2. Actúa sobre las dos variables clave del riesgo



3. Genera mejoras operativas y de negocio



4. Se concreta en acciones prácticas de alto impacto



5. La prevención reduce costes invisibles y genera ventaja competitiva



El seguro no es solo defensa, es **ventaja competitiva**



Una buena gestión del riesgo genera **confianza y reputación**



Impacta directamente en **tres ámbitos clave** del negocio



Relación con cliente



Estabilidad operativa



Crecimiento controlado



El seguro aporta **capacidad**, no solo precio



La clave está en su uso como **herramienta de gestión**





El rol de la aseguradora va más allá de pagar siniestros



Aporta valor en prevención, análisis y mejora de procesos



En transporte, la colaboración es especialmente crítica



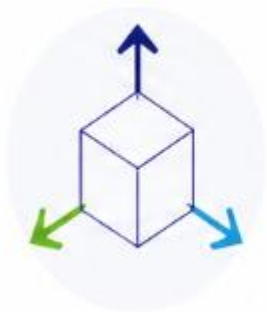
La clave: pasar de relación transaccional a relación colaborativa

CONGRESO CETM

La colaboración se basa en tres pilares



La ventaja competitiva no está en el precio, sino en la capacidad de ofrecer continuidad, fiabilidad y respuesta.



La competitividad se juega en tres dimensiones



La fiabilidad es donde se construye valor



La capacidad de **respuesta** marca la diferencia



La clave: integrar el seguro en la propuesta al cliente



Valoración del coste total del riesgo



La parte invisible del riesgo
suele ser la más traicionera



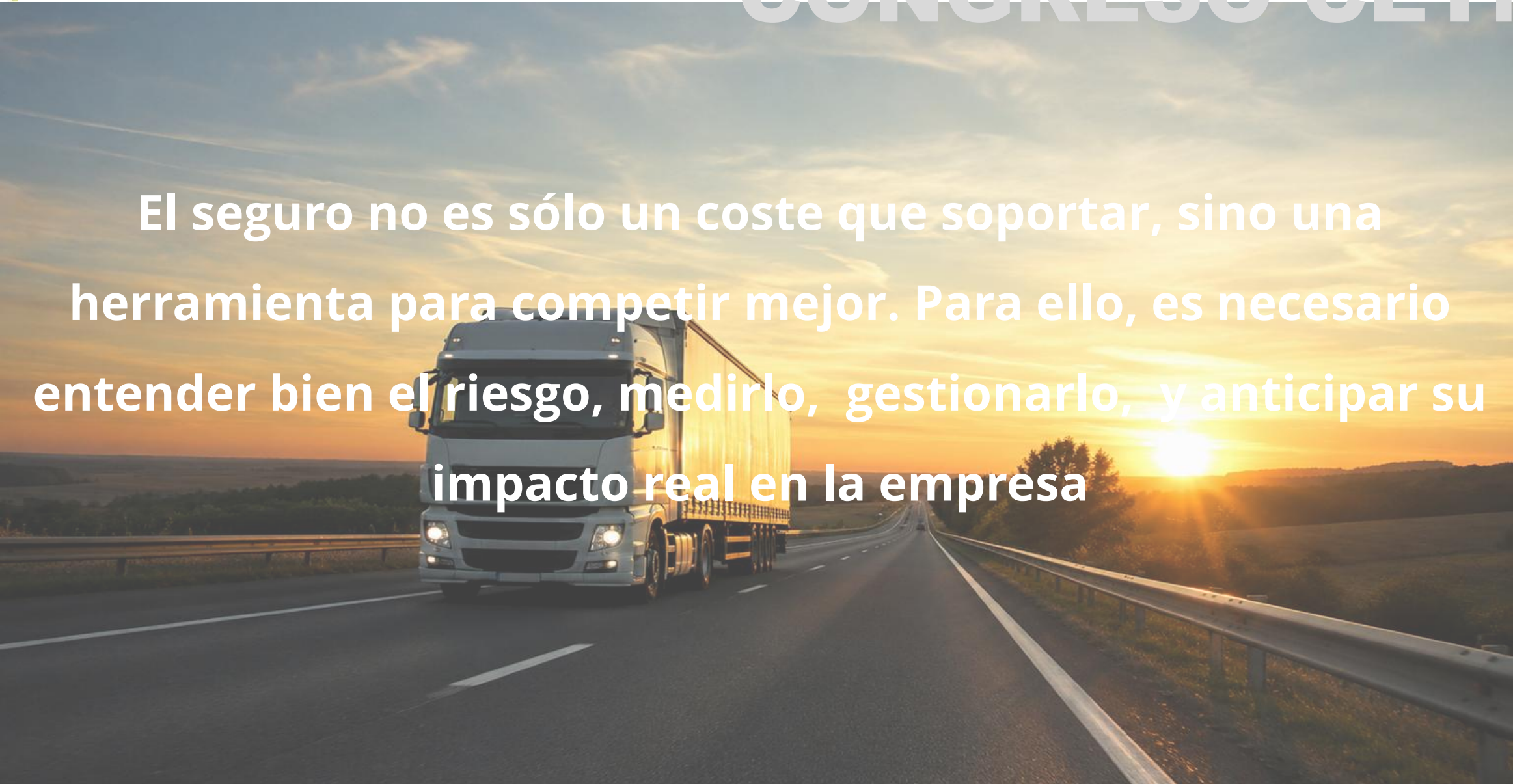
“El seguro es caro...”
¿Comparado con qué?

¿Qué es una relación sólida?

- Información compartida
- Prevención
- Mejora continua

¿Qué aporta?

- ✓ Mejor gestión operativa
- ✓ Mejor percepción del cliente

A white semi-truck is driving on a two-lane highway that stretches into the distance. The sun is setting on the right side of the road, casting a warm, golden glow over the scene. The sky is filled with soft, wispy clouds. The truck is in the left lane, moving towards the viewer. The road has a metal guardrail on the right side.

El seguro no es sólo un coste que soportar, sino una herramienta para competir mejor. Para ello, es necesario entender bien el riesgo, medirlo, gestionarlo, y anticipar su impacto real en la empresa