



“La distribución de decesos puede ayudar al corredor a crecer y fidelizar a sus clientes”

AGUSTÍN LÓPEZ CHACÓN DIRECTOR COMERCIAL DE EUROPEA SEGUROS

Europea Seguros es una compañía especializada en el campo de los seguros para decesos. Hablamos con su director comercial, Agustín López Chacón.

¿Cuáles fueron los orígenes de la empresa?

Europea Seguros nace en Madrid, como una compañía de Asistencia Sanitaria, derivada de las iguales médicas que se popularizaron a partir de los años 40 en España, en ausencia de una Seguridad Social como hoy la conocemos. En todos estos años, la compañía se ha transformado convirtiéndose en un especialista en decesos, recientemente, en 2023 ha cambiado su denominación comercial, pasando de Asociación Europea Compañía de Seguros a Europea Seguros.

¿Cuál es la foto actual de la compañía?

Europea Seguros cerró el ejercicio 2023 con un alza de la factu-

ración del 6,79% y un crecimiento en el número de asegurados del 7,2%, cifras récord para la compañía. Para nosotros Murcia, Castilla la Mancha y Andalucía son nuestros principales mercados, aunque nuestra presencia es nacional. La Compañía, está inmersa en un proceso de expansión comercial y territorial que le ha llevado a la apertura de 4 zonas en los últimos años, impulsando Galicia, cornisa cantábrica, Extremadura y Andalucía oriental. Nuestro canal principal y en la que depositamos todos nuestros esfuerzos es la mediación, agentes exclusivos y corredores.

¿A qué perfil responden sus clientes?

Como en toda aseguradora de decesos, el perfil de la mayor parte de su cartera está basado en un cliente tradicional, de mediana edad, personas preocupadas por el bienestar financiero de su familia, responsables y planificadoras. Nosotros no vamos a ser menos, y este perfil seguirá siendo el motor de la compañía porque estamos en

un ramo muy familiar, en el que la decisión de compra está muy basada en lo que le podamos dejar a la familia cuando faltemos. Aun así, pensamos que el presente y futuro en Europea Seguros pasa además por cautivar al cliente más joven, incorporando servicios de alto valor en vida.

¿Cuál es la propuesta de valor de Europea de Seguros dentro del mercado asegurador?

Somos una compañía que apuesta claramente por el canal mediador porque consideramos que el asesoramiento personalizado y especialista que nuestra red le da al cliente es un valor seguro. No obstante, el mercado más joven precisa de canales de comunicación alternativos y herramientas digitales para solucionar él mismo sus dudas y solicitar sus servicios.

Europea Seguros seguirá marcando diferencias en el sector en el trato al mediador, que nos premia con una red de gran fidelidad y estabilidad, pero también somos conscientes de que necesitamos prestar al cliente un nivel de

servicio excelente; de ahí que estemos inmersos en un proceso de digitalización en el que ya hemos dado muchos pasos (App y área del cliente, pagos de recibos por tarjeta y bizum, chatbot, WhatsApp...) y estamos implantando soluciones basadas en la IA y canales de distribución más disruptivos que nos acerquen a un nicho de clientes mucho más jóvenes y digitalizados.

¿Qué tipo de productos ofrecen al mercado?

El porfolio de productos es variado, disponemos de productos de prima mixta, nivelados y de prima única muy competitivos en prima, coberturas y servicios asociados. En los últimos años hemos desarrollado también productos innovadores, como uno con primas decrecientes por el cual la prima baja un 3% cada año, o el Senior 3, dirigido a personas de más de 70 años, con la ventaja de que pueda pagarlo en 3 años, con la idea de flexibilizar el tradicional producto de prima única. Además, de la mano de Asisa y Asisa Vida,

El plan estratégico para 2023-2025 contempla la innovación tecnológica, la expansión de la gama de productos, la experiencia del cliente, la sostenibilidad y responsabilidad social y el crecimiento geográfico

nuestra red también puede distribuir productos de Salud y de Vida.

¿Por qué estáis presentes en la Semana del Seguro?

Nuestra intención es darnos a conocer en el canal de los corredores, que históricamente no ha participado activamente en la distribución de decesos. Para un ramo con una alta penetración en la sociedad, nos sorprende que el canal más profesionalizado del seguro solo gestione el 4,4%. Además pensamos que por rentabilidad, y la poca gestión que conlleva puede ser la solución que están buscando para crecer y fidelizar a sus clientes.

¿Es posible innovar en un campo como el de los seguros?

Sí, definitivamente se puede innovar en el campo de los seguros. La industria de seguros ha experimentado avances significativos en los últimos años, especialmente impulsados por la tecnología y el análisis de datos. Algunas áreas en las que se puede innovar en el campo de los seguros incluyen el uso de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para mejorar la precisión de evaluación de riesgos y el proceso de reclamaciones, la exploración de productos de seguros basados en el uso, o el empleo de datos en tiempo real provenientes de dispositivos de IoT para evaluar y mitigar riesgos de manera más eficiente.

¿Cuáles son los planes de futuro de la empresa?

Europea Seguros tiene como objetivo principal consolidarse como líder en el mercado de seguros, brindando servicios innovadores y de calidad que satisfagan las necesidades de sus clientes. Para lograrlo, la empresa ha desarrollado un plan estratégico para el período 2023-2025 llamado “Crecemos Juntos”, que se centra en la innovación tecnológica, la expansión de la gama de productos, la experiencia del cliente, la sostenibilidad y responsabilidad social y el crecimiento geográfico. Todos esos retos están pensados para mantener nuestro compromiso con la excelencia en el servicio y la satisfacción del cliente.