LORENA NÚÑEZ LABALLÓS

Directora financiera de Asociación Europea

"Uno de los grandes retos de la compañía y del sector será mejorar la experiencia del cliente"

Asociación Europea cumplió 65 años en mayo y presta servicio a más de 220.000 clientes. Es una compañía especialista en asistencia familiar, opera en el ramo de decesos y gestiona en torno a 19 millones de euros en primas, con un importante crecimiento en los últimos cinco años.

Por V.M.Z. Fotos: EE

Han pasado 65 años desde que Asociación Europea inició su actividad. ¿Cómo ha evolucionado el seguro de decesos?

El seguro de decesos es uno de los más extendidos en nuestro país, junto con los seguros de vida y autos; cubre, según las últimas cifras oficiales, a un 46,6% de la población, más de 22 millones de españoles. Nuestra compañía ha ido evolucionando en estos años junto con las características del propio seguro de decesos. Comenzó siendo un seguro que prestaba servicio única y exclusivamente funerario a todas aquellas familias para las que asumir ese coste suponía una dificultad económica importante, a un seguro mucho más personalizado. A medida que han pasado los años, el seguro ha ido incorporando otras coberturas enfocadas a las necesidades en vida de los asegurados, como los subsidios por enfermedad o acciden-

te, y otros servicios de elevada demanda, como servicio psicológico, asesoramiento legal, tramitación documental o asistencia en viaje. El seguro de decesos ha desarrollado un papel muy importante en la actividad aseguradora y dentro de la sociedad, ya que por sus características es un seguro con una función social reseñable, que se ha visto acrecentada en esta crisis del Covid-19, acompañando a numerosas familias. En los últimos tiempos, llenos de incertidumbre, nuestra sociedad ha asumido importantes cambios que convierten al seguro en un arma para aportar a la población esa tranquilidad y certeza que tanto valor han cobrado.

¿Qué valores destacaría dentro de Asociación Europea?
Además de los valores que representan a nuestra entidad, como son el compromiso, transparencia, solvencia, transformación y servicio, que están presentes día a día en nuestra actividad, en los últimos años creemos que uno de nuestros principales valores y que mejor nos puede definir es la resiliencia. La compañía ha sido capaz de afrontar y adaptarse a los constantes cambios y exigencias normativas, se ha reinventado no solo en la forma de comercializar sus productos, sino también internamente, digitalizando sus procesos internos e impulsando la innovación. Esta capacidad de adaptación se ha puesto de especial relieve con la situación vivida a consecuencia del Covid-19.

"Además de compromiso, transparencia, solvencia y servicio, uno de nuestros principales valores es la resiliencia"

"Asociación Europea se ha reinventado no solo en la forma de comercializar sus productos, también internamente"

En este breve periodo de tiempo, todos hemos vivido una aceleración digital forzosa, fuimos capaces de prestar asistencia a un gran número de asegurados en condiciones realmente difíciles, adaptarnos al 100% al teletrabajo toda la plantilla y todo ello sin dejar de asumir nuevos retos y cumplir nuestros objetivos. Demostrar cercanía, empatía y poner en valor el acompañamiento es fundamental dentro de nuestro ramo, en un momento en el que toda la sociedad ha sido plenamente consciente del valor de nuestros seres queridos y de nuestra tranquilidad.

¿A qué atribuye el éxito de la evolución de la compañía en estos años?
Parte del éxito de nuestra compañía reside en su modelo de gestión, en el cual como bien indica el nombre de nuestro último plan estratégico que finalizará en el año 2022 (*La voz de tod@s*), siempre escuchamos y contamos con todas las piezas clave de nuestro negocio: nuestros clientes, mediadores, empleados, *partners* y accionistas. Entendemos nuestra actividad como un engranaje en el que todas las piezas deben sentirse partícipes, ya que solo con una buena coordinación de todas ellas podremos seguir ofreciendo el mejor servicio a nuestros asegurados. La especialización y adaptación a lo largo de todos estos años a las necesidades del cliente también han sido vitales en el desarrollo de Asociación Europea Cía. de Seguros, no solo en lo que se refiere al seguro de decesos, incorporando garantías complementarías que le han dado un mayor valor, sino también por los últimos acuerdos firmados con Asisa, que nos permiten especializarnos y ampliar nuestra oferta de seguros personales contando con seguros de asistencia sanitaria y seguros de vida.

En la actualidad ¿cuáles son los retos a los que se enfrenta la compañía?
Uno de los grandes retos no solo de nuestra compañía, sino del sector, será mejorar la experiencia del cliente, ya que no podemos alejarnos de los patrones de comportamiento del consumidor en los últimos años, en los que la brecha digital se ha reducido notablemente. En la actualidad, situar al cliente en el centro de todos nuestros procesos es nuestro mayor reto, a través de una cons-

tante eficiencia operativa y mejora en la gestión de datos. Poder diseñar una oferta mucho más flexible teniendo en cuenta las necesidades reales, preferencias y estilo de vida de los clientes será vital para nuestra entidad, así como la expansión territorial por aquellas zonas en las que todavía no tenemos presencia. A pesar de la elevada capilaridad del seguro de decesos en España, todavía no tenemos una elevada presencia en algunas regiones, especialmente en lo que respecta a la zona norte de España.

Otro de los grandes desafíos será contar con los recursos, capacidad y habilidades necesarias para poder afrontar nuestra estrategia, sobre todo en lo referente a las competencias tecnológicas necesarias para poder ofrecer esa inmediatez, personalización y trato directo con nuestros clientes. Todo nuestro ecosistema debe estar preparado para seguir avanzando en el camino de la transformación digital, desde nuestros empleados a nuestra red de mediación, debemos entender la continuidad de nuestro negocio de una forma más eficiente, y para ello será vital mejorar la experiencia del cliente entendiéndola como un proceso continuo, desde el momento de la contratación hasta la prestación del servicio.

¿Cómo prevé acabar este año?
Entrando ya en el último trimestre del año, la compañía espera mantener su volumen de facturación en un crecimiento en primas que girará en torno al 6% con respecto al año anterior. Esperamos además cerrar el año con más de 224.000 asegurados, lo que supone un incremento del 7,1%. Nuestro margen de solvencia, que superó el 350% en 2020, se mantendrá prácticamente igual o incluso podrá mejorar en 20 puntos porcentuales, situándose nuestra compañía entre las más solventes del ramo de decesos. También se prevé una mejora del margen técnico de nuestra cuenta de resultados, producida, entre otros aspectos, por la mejora del ratio de siniestralidad en 2021 con respecto a los peores meses de la pandemia que vivimos el año pasado.

Hablemos de futuro. ¿Cómo afronta la compañía los próximos años?
La compañía centrará sus esfuerzos tanto en seguir creciendo como en potenciar la fidelización de sus clientes, mejorando su estrategia de retención, así como la expansión territorial por aquellas zonas en las que no tenemos presencia. Para ello, mejorará las coberturas que ofrece su seguro de decesos, con la inclusión de nuevas garantías de cara al año 2022 que lo harán más atractivo para sus usuarios.

Dichas coberturas, que comunicaremos a nuestros asegurados en los próximos meses, se centran sobre todo en el despliegue de servicios tecnológicos con una gran usabilidad para nuestros clientes, y en especial para nuestros mayores. Además, continuaremos potenciando la venta de seguros personales, llegando a un mayor número de clientes gracias a nuestros recientes acuerdos de distribución de seguros de salud y vida, que nos servirán para dirigirnos a una tipología diferente de familias. En la actualidad, los hogares que cuentan con personas de más de 65 años concentran la mayor tasa de penetración del seguro de decesos, y queremos potenciar la contratación en familias más jóvenes.

Todo lo acontecido en estos años debe servirnos para pensar en el futuro del seguro y afianzarlo como un elemento de protección y tranquilidad ante las nuevas amenazas y costumbres de los consumidores, sin dejar de prestar el mejor servicio.

"Asociación Europea espera cerrar 2021 con un crecimiento de la facturación de un 6% y un 7% en el número de asegurados"

"En 2022 la compañía se centrará en seguir creciendo y en potenciar la fidelización de sus clientes"