

UN SECTOR PROFESIONAL, SÓLIDO Y COMPETITIVO

TOMÁS ALFARO, CEO DE AEGON EN ESPAÑA, HABLA SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR ASEGURADOR Y LA CONSOLIDACIÓN DE LA MULTINACIONAL HOLANDESA EN NUESTRO PAÍS.

En los más de treinta años de presencia en nuestro país, el crecimiento ininterrumpido de Aegon en España ha permitido a la compañía desarrollar una estrategia de ampliación y mejora de servicios que ha sabido sacar partido de los años de crecimiento económico y los cambios demográficos. “Aegon llegó a España a principios de los ochenta gracias a la adquisición de una pequeña aseguradora gallega. A lo largo de las décadas, como todas las empresas, hemos vivido éxitos y algún que otro revés. Una de las épocas más complicadas que hemos afrontado surgió a raíz de la crisis económica, ya que la fusión de las cajas afectó directamente a nuestro negocio, puesto que teníamos varias alianzas de bancaseguros y las cajas eran nuestros principales socios de distribución”, explica Tomás Alfaro, CEO de Aegon en España. Además, el ejecutivo considera que el sector es “extremadamente profesional y competitivo” y “enormemente sólido”. Para el ejecutivo, “ha evolucionado en los últimos años para ofrecer servicios digitales y ha demostrado que es solvente gracias a la responsabilidad de los gestores y al magnífico trabajo del regulador, quienes han ayudado al sector a sortear la peor crisis financiera de los últimos 50 años sin ningún sobresalto en materia de solvencia”.

En opinión de Alfaro, “la recesión ha demostrado que las compañías de seguros españolas son “sólidas y solventes” y no ha apreciado que los españoles tengan un mayor interés por estos servicios a raíz de la crisis. “No creo que haya cambiado la cultura aseguradora de la población española. Es un proceso lento, en el cual las personas

se van dando cuenta de que no pueden contar con el Estado para la protección básica de la familia. Por desgracia, aún se confía, de forma bastante irracional, en la capacidad de éste para sacarnos de situaciones complicadas; como el fallecimiento de uno de los proveedores de ingresos de una familia o una larga enfermedad o invalidez. Esta protección es la función principal de los seguros, pero hace falta más educación. Lo mismo se puede decir del ahorro y de la previsión; las personas confían en la pensión pública pero los números están cada vez menos claros. Es importante que las personas tomen responsabilidad sobre su futuro financiero y la gestión de los riesgos que pueden afectar a su familia”.

En este sentido, Aegon tiene claro su objetivo: “Nuestra misión es ayudar a las personas a disfrutar de una vida con estabilidad financiera, por lo que estamos muy centrados en formarlas en previsión y gestión de riesgos y proveer productos que los cubran. Valoramos profundamente el trabajo de nuestros mediadores, agentes y socios de bancaseguros, centrado en acercar nuestros seguros a todos y ayudarles a entender su importancia. Creemos en el poder de la cercanía y la empatía con nuestros clientes y consideramos que la digitalización de nuestros servicios es una herramienta clave para que nuestras interacciones sean verdaderamente relevantes para ellos. Trabajamos para continuar con el desarrollo de nuestros canales digitales, desarrollando una experiencia y conocimiento que nos permita aportar valor a nuestros socios de distribución”.

Por ello, su hoja de ruta se centra en mejorar el servicio a sus clientes de cara a

hacerlos más accesibles, ágiles, cercanos y personales. “Antes de pensar en dar más servicios tenemos que ser excelentes en lo que hacemos”, asegura Alfaro.

Además, en los últimos años Aegon ha modificado por completo su perfil de distribución. En la actualidad cuenta con Banco Santander como socio y ha consolidado su negocio de vida y salud. “Nuestro plan es acompañar a Banco Santander en su crecimiento y continuar apostando por agentes y corredores, muy centrados en el negocio de salud”.

Y es que, tal y como explica el directivo, para la compañía la tarea de sus mediadores y agentes exclusivos es crítica. “Son ellos quienes dan la cara frente a nuestros clientes y los que explican la necesidad de aseguramiento y cómo estos productos cubren estas necesidades. Estos profesionales tienen una función social importantísima por lo que intentamos trabajar siempre con los mejores. Para nosotros el proceso de selección incluye entrevistas, revisión de antecedentes, etc. Por otro lado, buscamos siempre en ellos una filosofía de servicio al cliente que nos ayude a mejorar. Contamos con su exigencia para seguir mejorando”.

Los más populares: vida y salud

Aunque Aegon comercializa seguros de vida, ahorro, inversión, jubilación y salud, los más populares entre sus clientes son los negocios de vida, hogar y salud a través de su socio Banco Santander y de vida y salud mediante sus canales mediados. La compañía cuenta con más de 400.000 hogares asegurados, 600.000 asegurados en vida y más de 115.000 en salud en nuestro país.

El ejecutivo subraya que son la compañía “que más crece en salud en España, con un 11,7% en primas en 2017”, lo que supone más del doble que la media del mercado, y cuentan con más de 50.000 profesionales sanitarios. A nivel internacional, Aegon cuenta con una plantilla de más de 28.000 empleados repartidos en más de 25 mercados, dando servicio a una cartera de millones de clientes en el mundo.

Trabajar unidos, aportar claridad y superar las expectativas son los valores bajo los que se consolida esta compañía fundada en Holanda hace más de 160 años. ●

“EL SECTOR HA DEMOSTRADO QUE ES SOLVENTE GRACIAS A LA RESPONSABILIDAD DE LOS GESTORES Y AL MAGNÍFICO TRABAJO DEL REGULADOR”

