

Óscar Esteban, director comercial y de Marketing de ERV

Los viajes de empresa **CRECEN** anualmente cerca de un 30%

06



Óscar Esteban, director comercial y de Marketing de ERV, cree que “el segmento de Viajes de empresa seguirá una tendencia de incremento en el futuro. De hecho, en esta modalidad es donde más hemos crecido en los últimos años, a una media del 25-30% anual”. Algo que no escapa al corredor, que cada vez está más concienciado en la venta de este tipo de seguros. Además de tener una buena comisión (entre el 25-30%), ofrece valor añadido al cliente y no tiene ningún tipo de trabajo administrativo para el corredor porque el siniestro y la asistencia la tramita la aseguradora.

¿La ligera recuperación económica se ha notado en el ramo de Asistencia en Viaje en 2015?

Lo cierto es que durante los últimos años hemos presenciado un retroceso generalizado del consumo de los viajes de los españoles y del gasto que éstos han dedicado al turismo. Además de que se hacían viajes a destinos más cercanos, estos eran de menos días. Esa reducción en la duración de las vacaciones ha influido en una recaudación media de primas más bajas. Algo que ha influido en el mercado y en la demanda de nuestro sector como producto asociado al viaje.

Sin embargo, en 2015 hemos percibido que esta situación ha comenzado a remitir y hemos notado una reactivación del consumo turístico. En nuestro caso, este año se ha producido una mejora de nuestras cifras de negocio y hemos cerrado el año con un crecimiento en la facturación de más de un 10%.

¿Seguirá esa tendencia en 2016?

Ahora estamos en un índice de contratación cercano al 20%. Un avance importante si pensamos que hace cinco años estábamos en el 7-8%. Somos optimistas y pensamos que la situación continuará mejorando este año, reactivando la demanda del turismo y de los productos asociados al viaje. A esto se une que cada vez existe una mayor concienciación ante el seguro de Asistencia en Viaje porque los viajeros saben más acerca de los riesgos que pueden surgir y disponen de mayor formación para hacer frente a estos imprevistos.

Hemos empezado bien 2016, con un crecimiento del 16% en el mes de enero. No sabemos si será la tendencia del año. Pero

Ahora estamos en un índice de contratación cercano al 20%. Un avance importante si pensamos que hace cinco años estábamos en el 7-8%

estamos percibiendo una reactivación. Nuestro negocio es muy estacional y dependiendo de cómo caigan las vacaciones nos influye. De hecho, una parte de las ventas que se hacen en enero son para Semana Santa, que este año cae en marzo.

También tiene gran importancia el comportamiento de los touroperadores. Por ejemplo, ahora se desarrolla una campaña sobre cruceros donde se venden mucho los seguros de anulación porque los cruceristas cobran altas penalizaciones en caso de que cancelen el viaje.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Asistencia en Viaje?

El ramo de Asistencia en Viaje y todas las compañías que trabajamos dentro de este mercado tenemos que hacer frente a fuertes retos. Es un negocio muy supeditado a factores exógenos. Por ejemplo, la crisis nos ha afectado mucho; ahora lo está haciendo la aparición del mosquito del zika que provoca una reducción de los viajes a los destinos turísticos con riesgo de contraer una enfermedad; o lo que pasó en 2015 con los atentados de París, que hicieron caer los viajes a ese destino; o la inestabilidad laboral.

Hoy en día es muy importante adaptarse a las nuevas tendencias de viaje y a los riesgos que éstas pueden conllevar. Por un lado, porque es el objetivo de nuestro negocio y, por otro, porque es la forma de continuar a la cabeza en los seguros de Viaje.

¿Cree que el negocio de Asistencia en Viaje debe estar en empresas especializadas como ERV?

Sin duda, así lo pensamos. La asistencia en Viaje es un negocio muy particular y es importante disponer, como nosotros, de un



Hemos cerrado 2015 con un crecimiento de más de un 10% en nuestra facturación



call center muy especializado, centrado en la asistencia a viajeros. Hoy por hoy, somos la única compañía en España especializada exclusivamente en Asistencia en Viaje a personas. Esto nos aporta la experiencia suficiente para el desarrollo de soluciones que se adapten a estas demandas. Eso requiere una especialización y un nivel profesional alto. Creo que este tipo de negocio tiene que estar en empresas especializadas y muy focalizadas a ese cliente.

¿En qué medida la crisis está haciendo que se busque más el producto económico que el de calidad?

Hasta 2009, el español que salía de vacaciones valoraba contratar una buena cobertura, amplia y apenas sin exclusiones. Pero ahora se pide un seguro básico que cubra la asistencia básica, porque se quiere pagar poco.

Además, ha habido un cambio en la orientación del producto. Hay una mayor preocupación por asegurar los gastos de anulación del viaje, por si se ponen enfermos. De hecho, cierto repunte en la siniestralidad ha venido por el aumento de la anulación de viajes, dada la situación eco-

Dentro de nuestro plan estratégico de 2016-2018 nos hemos marcado como objetivo potenciar aún más el negocio de viajes de empresa

nómica que hemos pasado en estos últimos cinco años.

Parece que los seguros de Asistencia en Viaje se están especializando, cada vez dan coberturas más concretas...

Efectivamente. Con el objetivo de adaptarnos a las tendencias de viaje actuales y de conseguir el mejor producto para nuestro cliente, cada vez están surgiendo más productos para públicos específicos. Eso nos ha llevado a segmentar más nuestros seguros y ser más especializados.

En ERV trabajamos en este tipo de soluciones que se adaptan a las necesidades de cada desplazamiento y disponemos de tantos seguros como modalidades de viajes existen: cruceros, práctica deportiva, desplazamientos de negocios, viajes vacacionales, estudios, idiomas, para públicos específicos como jóvenes o mayores... y pólizas a medida para programaciones especiales. Hoy en día tenemos unos 15 productos específicos como estándar. Es algo que nos está funcionando muy bien.

¿En qué medida la innovación tecnológica se está incorporando en el ramo?

La innovación tecnológica entra pisando fuerte en las empresas de nuestro ramo. Es un valor añadido ofrecer a nuestros clientes información actualizada sobre su país de destino, las recomendaciones médicas y culturales a tener en cuenta, y el estado de riesgo de un país en concreto. En ERV estamos trabajando en el lanzamiento de este tipo de aplicaciones, que permitirán a nuestros clientes contar con información útil sobre su viaje, y un valor añadido a la hora de viajar con toda la información y seguridad.

ERV siempre ha apostado por los corredores

En número de asegurados, Óscar Esteban, director comercial y de Marketing de ERV, afirma que “posiblemente seamos de las aseguradoras más grandes porque el año pasado tuvimos casi 8 millones de asegurados debido a que el gran grueso de nuestro negocio son pólizas de corta duración y hay mucha repetición. Existen muy pocas compañías que tengan una cartera con tantos asegurados”. En todo este negocio, los corredores “tienen un papel importantísimo. Siempre hemos apostado por este canal”. El 99,3% de nuestro negocio está intermediado y, de este porcentaje, el 68% viene a través de corredores y entorno al 32% a través de agencias de viajes.

Lo importante, según Esteban es que “el corredor cada vez se va metiendo más en el mundo de los viajes. Ya tenemos corredores especializados en Asistencia en Viaje, que cuentan con agencias de viajes entre sus clientes”.

En la nueva producción sigue aumentando el volumen de negocio que llega a través de este canal. “En los que ya trabajaban con ERV se ha notado un incremento, pero aún más en el nuevo negocio que han traído los nuevos corredores. Algunos de ellos son pequeños, de ámbito local, que tienen como cliente a una empresa de la zona que desplaza personal fuera de España”, explica el director comercial y de Marketing de la aseguradora.

Para todos ellos, la entidad aporta productos que se adecúan a las necesidades que tiene este colectivo, y les ofrece las herramientas necesarias para facilitar y agilizar su trabajo. “Además, tenemos una red comercial con 23 personas visitando a los corredores para poder darles un servicio exquisito”.

A cambio, desde la aseguradora piden que los corredores se interesen más por este ramo porque “creemos que les podemos aportar productos innovadores que les sirva para descubrir nuevas carteras de clientes. Por ejemplo, cubrir las necesidades de los hijos de un directivo que se van a Londres a estudiar inglés o a Estados Unidos a acabar el bachillerato”, dice Óscar Esteban.



09

Además estamos desarrollando una herramienta que permitirá que el cliente cuando vuelve de viaje pueda tramitar el siniestro a través de Internet (subir la documentación de la denuncia del robo de equipaje y proceder al pago en un plazo de 72 horas). Se trata de una herramienta que ya existía hace muchos años para los mediadores pero ahora se va a proporcionar también al asegurado.

Asimismo, la compañía ha ido invirtiendo en distintas herramientas para que nuestro canal de distribución pueda interactuar mejor con nosotros. Todas ellas les permiten la cotización de los

riesgos, la modificación de las coberturas, las altas y bajas en su cartera de clientes...

¿Cómo han variado las demandas y las coberturas en este ramo desde que las empresas españolas están más volcadas en la internacionalizando?

Hoy las demandas de las empresas pasan por ejemplo por solicitar gastos médicos ilimitados en los viajes de empresa, algo que decidimos incorporar ya hace 2 años y que es impensable para



muchas aseguradoras. Estas pólizas ofrecen la posibilidad de cobertura de todas las categorías profesionales, la sustitución del personal en caso de que un trabajador tenga que ser repatriado y la cobertura en zonas en conflicto e incluso países en guerra. En determinados productos se está evolucionando hacia altas garantías.

Se puede decir que los seguros de Viaje para empresas son un negocio con un futuro prometedor...

Sí, se puede decir que este segmento seguirá una tendencia de crecimiento en los próximos años. De hecho en el seguro de viajes para empresas es donde más hemos crecido en los últimos años, a una media del 25-30% anual.

Dentro de nuestro plan estratégico de 2016-2018 nos he-

El corredor de seguros está empezando a ver al ramo de Asistencia en Viaje como una fuente más de ingresos

mos marcado como objetivo potenciar aún más el negocio de viajes de empresa. De hecho, una parte importante de nuestras acciones comerciales van a estar dirigidas a concienciar al corredor para que potencie esos seguros.

¿Se puede decir que los corredores han empezado a percibir este ramo como un negocio principal, o lo siguen viendo como accesorio?

El ramo de Asistencia en Viaje no se puede comparar, por ejemplo, con el segmento de Auto, Hogar, Accidentes... sin embargo cada vez cobra más relevancia y complementa el negocio de ese canal. Además, el corredor ha percibido que si no cierra el círculo entorno a su cliente ofreciéndole todos los seguros que necesita, está permitiendo que la competencia entre a negociar con él.

El corredor cada vez está más concienciado en la venta de este tipo de seguros porque también ha visto que los seguros de Viaje para empresas pueden ser anuales con una prima anual regularizable a final de año. Cada vez hay más corredores que ven el seguro de Viaje como una fuente más de ingreso. Además de tener una buena comisión (entre el 25-30%), ofrece valor añadido al cliente y no tiene ningún tipo de trabajo administrativo para el corredor porque el siniestro y la asistencia la tramita la aseguradora.

¿Cuál es el mayor valor añadido que aporta ERV al cliente?

Nuestro principal valor es la flexibilidad, especialización y experiencia adquirida durante más de 100 años en este negocio. Esto es lo que más valoran los clientes a la hora de elegir a ERV. Además disponemos de una plataforma de asistencia integrada en nuestro propio grupo, ofreciendo cobertura mundial y con los mejores protocolos de respuesta ante cualquier situación.

CARMEN PEÑA
FOTOS: IRENE MEDINA