

# Balumba.es llega a España para competir en el seguro de autos

El gancho de la aseguradora *online*, perteneciente al grupo británico Admiral, consiste básicamente en ofrecer a cada cliente el precio más bajo que sea posible.

G. V.  
**Madrid.** El grupo británico Admiral, la tercera mayor aseguradora de automóviles del Reino Unido, ha apostado fuerte por su negocio en España, donde están presentes a través de *balumba.es*, entidad dedicada a vender seguros por Internet con el apoyo del teléfono y cuya filosofía es ofrecer precios lo más

ajustados posible al cliente. El lanzamiento de la firma se realizó en octubre del pasado año y a partir de la semana que viene comenzarán una campaña en la televisión nacional para iniciar la segunda fase de crecimiento.

La directora de Admiral España, Cristina Nestares, no ha querido dar cifras, pero ha destacado que en 2006, con una inversión mínima en publicidad se consiguieron 2.400 pólizas: "Es una cifra modesta, pero estamos contentos".

También ha evitado hablar de objetivos. La meta en España es crecer de forma rentable, "no estamos obsesionados con la cuota de mercado o el número de pólizas".

Como ejemplo indicativo ha destacado que en Reino Unido han conseguido una cuota del 6% en 14 años.

España ha sido el primer destino fuera del mercado doméstico de Admiral. No les ha asustado la enorme competencia que existe en el ramo de Autos. Según Nestares, España tiene mucho potencial porque todavía tiene un modelo de distribución bastante tradicional que va a sufrir un cambio: En Reino Unido más del 60% de los seguros se contratan de forma directa, mientras que en España ese porcentaje es de tan sólo 15%.

Además, les ha atraído el tamaño del mercado con un parque de automóviles de 20

millones, la elevada penetración de Internet y el hecho de que el seguro de coches está fragmentado.

Cristina Nestares asegura que no vienen a "robar cuota a los competidores sino a abrir el mercado". Al cliente le ofrecen, según explica su responsable en España, precios siempre bajos, abierto a todas las edades, grupos de riesgo y conductores y calidad del producto.

En la presentación en Madrid de la firma *balumba.es* ha estado también presente el consejero delegado del Grupo Admiral, Henry Engelhardt, quien ha anunciado que en 2007 la compañía tiene planes para entrar en el mercado alemán.