



JOAN MATEU PARRA / SHOOTING

Alfonso Calzado, consejero delegado de IATI Seguros, en las nuevas oficinas

IATI crece más allá de los viajes y apunta a los 60 millones

La correduría de seguros familiar emplea a 85 personas

BLANCA GISPERT
Barcelona

IATI Seguros entra en una nueva fase en la que apostará por la venta de seguros más allá de las pólizas de viajes.

“Hace una década empezamos con la venta online y ahora queremos expandir el negocio a todo tipo de seguros. La sociedad cada vez está más digitalizada y tenemos recursos para crecer en el extranjero”, comenta Alfonso Calzado, consejero delegado y propietario de la correduría.

Las nuevas oficinas –ubicadas en un antiguo laboratorio de El Bulli en Barcelona– son toda una declaración de intenciones. La empresa gana espacio para seguir contratando personal –ahora son 85 personas– sin olvidar las raíces centenarias de la familia en el mundo de los seguros. Una orla colgada en una pared recuerda como el bisabuelo del actual propietario empezó comercializando seguros de una marca británica en España mientras una moto *vintage* en el pasillo

central evoca cuando su padre la utilizaba para vender seguros durante el siglo pasado.

No fue hasta el 2012 cuando la familia dio un vuelco por completo al negocio tradicional: “Eliminamos la marca Calzado y lanzamos IATI para centrarnos únicamente en la venta online de pólizas de viaje, un producto sen-

La compañía quiere fortalecer su presencia en Italia, Portugal, México, Colombia y Perú

cillo de contratar y dirigido al público *millennial*”, apunta. Ahora la empresa vuelve, en parte, a los orígenes. “El negocio seguirá online, pero queremos volver a ser generalistas: hemos empezado con seguros de vida y auto (cámpar) y el próximo año lanzaremos pólizas de mascotas y salud”, apunta. Como en los seguros de viajes, la nueva apuesta se llevará

a cabo de la mano de las aseguradoras Axa y Arag.

La compañía tiene los recursos para hacer esta transición: “Siempre hemos sido rentables y hemos financiado el crecimiento con recursos propios”, asegura. Además, los ingresos crecen a doble dígito. El año pasado, se situaron en 49 millones de euros, un 20% más, y este año rozarán los 60, un 13% más. La apuesta por el mercado en el extranjero está dando sus frutos. Recientemente, la firma ha entrado en México, Colombia y Perú, además de operar en Italia y Portugal. De momento, IATI se afianzará en estos mercados y, en el medio plazo, contempla la entrada en otros países europeos y americanos.

A pesar de liderar un negocio digital, Calzado tiene muy presente el liderazgo con valores tradicionales. “La atención al cliente sigue siendo personal y no queremos fondos de inversión en la propiedad. Dos de mis cuatro hijos ya están involucrados para convertirse en la quinta generación al frente del negocio familiar”, concluye. ●