

# SegurChollo lanza campaña de marketing con 'Papá Noel' para reducir el precio en el seguro de vida

## **Innovación y conciencia social: SegurChollo crea una campaña ficticia con Papá Noel para promover la reducción de precios en los seguros de vida en tiempos de alta inflación**

En una estrategia de marketing creativa y oportuna, SegurChollo, bajo el liderazgo de su CEO Carlos Jiménez, ha lanzado una campaña que simula un acuerdo con Papá Noel para reducir los precios de los seguros de vida. Esta campaña, aunque ficticia, busca llamar la atención sobre la viabilidad y la necesidad de hacer los seguros de vida más accesibles, especialmente en un contexto de alta inflación.

La iniciativa, que se presenta en un tono humorístico y festivo, tiene como objetivo poner de relieve cómo, incluso en tiempos económicos difíciles, las empresas pueden buscar formas de aliviar la carga financiera de los consumidores. La idea de asociarse con una figura tan querida como Papá Noel sirve para captar la atención del público y generar una discusión sobre la importancia de los seguros de vida y su asequibilidad.

El mensaje central de la campaña es desafiar la tendencia actual de aumento de precios en muchos sectores, sugiriendo que es posible y necesario revisar los precios de servicios esenciales como los seguros de vida. En este sentido, SegurChollo utiliza la campaña no solo para promocionar sus servicios sino, también para fomentar una reflexión sobre la responsabilidad social de las empresas de seguros en tiempos de crisis.

Carlos Jiménez, al frente de esta iniciativa, subraya la importancia de los seguros de vida como un pilar fundamental en la planificación financiera familiar, especialmente en un periodo donde la estabilidad económica se ha vuelto más precaria. A través de esta campaña, SegurChollo aspira a iniciar un diálogo sobre cómo es posible contribuir a aliviar las presiones económicas que enfrentan las familias y conseguir la reducción de los precios de los seguros de vida.

La campaña, además de su propósito comercial, representa un llamado a la industria de seguros para considerar estrategias innovadoras y socialmente responsables en su enfoque de precios y servicios. En un momento donde muchas personas revisan sus presupuestos, la accesibilidad a los seguros de vida se convierte en una cuestión de relevancia creciente.

Este enfoque creativo de SegurChollo demuestra cómo las campañas de marketing pueden trascender la promoción de un producto para convertirse en un comentario sobre temas económicos y sociales actuales, invitando a la reflexión y al debate en la sociedad.

En el siguiente enlace se puede ver toda la campaña y los medios creativos que la

componen. SegurChollo® es el comparador especializado en seguros que protegen a las personas como son los seguros de vida, salud y decesos.

**Datos de contacto:**

SegurChollo®

SegurChollo®

912184583

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing Seguros](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>