



08

Negocios de Distribución

Un decidido impulso a la mediación profesional

Isabel García, Elena Castillero e Ignacio Fid.



IGNACIO MARTÍN
DIRECTOR DEL NEGOCIO DE
AGENTES Y CORREDORES

La mediación profesional es cada vez más relevante para Caser. ¿Qué iniciativas se están lanzando para potenciarlo? Efectivamente, la potenciación de la mediación profesional es uno de los objetivos de nuestro actual Plan Estratégico. Para ello, se ha creado una nueva estructura basada en cuatro grandes Direcciones Territoriales que gestionan el Equipo Comercial, Administrativo y Técnico de su territorio, al tiempo que toda la Red de Ventas. En 2014 queremos impulsar más procedimientos y más eficientes y próximos al mediador, tanto en el ámbito de la contratación, las prestaciones y la gestión de carteras y recibos. A todo ello se une un ambicioso proyecto de rediseño de la Web del Mediador.

Una de los principales logros de 2013 ha sido la consolidación de la Red Comercial. ¿En qué acciones concretas se ha materializado? Se avanzó en la especialización de los responsables comerciales en

función de la Dirección Comercial a la que pertenecen y de los mediadores que tienen asignados, con una mejora de la respuesta. También se puso en marcha un ambicioso plan de nombramiento de nuevos mediadores en poblaciones estratégicas. Adicionalmente, impulsamos un plan de gestión de corredurías cuyos pilares han sido la regulación de protocolos de servicio, una revisión de la operativa con este tipo de mediadores y la focalización de la oferta en productos preferenciales.

¿Cuáles han sido las tendencias que marcaron el entorno en 2013? El imparable avance de las nuevas tecnologías, que cada vez ganan mayor peso en nuestro sector. Asimismo, el actual contexto se caracteriza por un cliente muy informado y con alto grado de demanda de precio y servicio, que han llevado al desarrollo en el seno de las compañías de sofisticadas herramientas de retención de clientes y pólizas.

Nuevo impulso

▶ El entorno en que Caser desarrolló su actividad en 2013 se mantuvo en línea con el del ejercicio anterior en cuanto a máxima complejidad. Permaneció el decrecimiento general de la economía, aun cuando en el último trimestre comenzaron a atisbarse los primeros síntomas de mejoría de los datos macroeconómicos. Esta difícil situación, tuvo su reflejo en el sector asegurador que cerró el año con una caída del 3,27%, según fuentes de ICEA, más acusada en el ramo de Vida Ahorro.

Por ello, 2013 se caracterizó por la escasa creación de nuevo negocio y la focalización de los esfuerzos en la retención de las carteras y fidelización de los clientes ya existentes. Asimismo, el ejercicio se vio marcado por dos claras tendencias: la consolidación de un cliente muy bien informado y con un alto grado de exigencia, en especial, en cuanto al factor precio; y la creación, por parte de las aseguradoras de sofisticadas herramientas de retención de pólizas.

Así, durante el ejercicio, y en este contexto, Caser elaboró su Plan Estratégico 2013-2015, que se presentó en mayo, y que incluye la reconfiguración de su modelo de negocio con el fin de garantizar la eficiencia y competitividad futuras. Plan que refuerza el papel de la mediación profesional dentro de la estrategia empresarial, e introduce cambios significativos en los negocios de distribución.

Agentes y corredores

El Negocio de Agentes y Corredores concluyó 2013 con un total de 2.199 mediadores, de los cuales 1.342 eran corredores y 857 agentes.





Pablo Guerrero

**2.200
MEDIADORES
PROFESIONALES
FORMAN PARTE
DEL NEGOCIO
DE AGENTES Y
CORREDORES.
DURANTE 2013 SE
INCORPORARON
MÁS DE 300**

**MÁS CERCA,
MÁS ÁGILES**

La estructura del Negocio de Agentes y Corredores está establecida en cuatro Direcciones Territoriales. Así, se fomenta la cercanía al mediador, se incrementa la comunicación, se optimiza la gestión, se agilizan los procesos y se maximiza la eficiencia de la red de agentes de Caser. Esta nueva estructura, está integrada por oficinas, dotadas con los medios, recursos y tecnologías necesarias, donde se centraliza la gestión, la atención, las actividades de formación, la resolución de problemas, acciones comerciales, etc. En ellas, cada mediador encontrará los instrumentos y la ayuda necesarios para incrementar su competitividad.



Ambos aportaron a la cuenta de resultados, 362.900 pólizas en vigor a cierre de año para un total superior a los 250.000 clientes, con un número de pólizas medio por cliente de 1,43.

Fueron nombrados 334 nuevos mediadores, mayoritariamente agentes, suscribiéndose más de 78.000 pólizas de nueva producción, superando el total de primas devengadas del Negocio los 212 millones de euros. La gestión del Negocio y el *mix* de cartera fue muy equilibrado.

Los esfuerzos en 2013 se centraron en tres ámbitos: el desarrollo de la Red Comercial, el impulso de las ventas y la retención de carteras, y mejora de la Tecnología y de los Sistemas.

Desarrollo de la Red Comercial

Una de las acciones más importantes de las que se pusieron en marcha fue el Plan de Nuevos Nombramientos de Agentes. En paralelo, se puso en marcha el Plan Gestiona Red, con el objetivo de racionalizar el área de mediadores e incrementar el volumen de primas No Vida gestionado por cada uno de ellos.

Por otra parte, se impulsó la figura del Agente Exclusivo a través de la creación de clubes de distinción de agentes, tales como el Club Fideliza o el Club Pyme, y al tiempo que se incrementó la inversión en su formación.

El resultado de todo ello, fue el aumento del número de agentes y del volumen de primas que intermedian en relación con el de corredores.

Impulso de las ventas y retención de carteras

El impulso de las ventas y la retención de carteras se llevó a cabo mediante el lanzamiento de nuevos productos, tales como el de Responsabilidad Civil para riesgos agropecuarios, así como de mejoras en los ya existentes. Tal es el caso de las introducidas en el seguro de PYME.

También se reforzaron las ventas gracias a las numerosas promociones y patrocinios promovidos por el Negocio de Agentes y Corredores.

Contribuyeron también en este punto las mejoras introducidas en materia de retención de carteras, tales como la anticipación de pre-carteras y su envío telemático a los mediadores para participar en los criterios de retención.

Por último, hay que destacar la firma de acuerdos relevantes del Negocio, tales como el celebrado con la Red Asturiana de Centros Comerciales.

Mejoras tecnológicas y de sistemas

La inversión en tecnología fue muy sustancial. Especial mención merece la puesta en marcha del nuevo Gestor de Operaciones para la solicitud de presupuestos y cotizaciones a la Compañía; un Gestor de Propuestas, que permite la emisión automática desde el presupuesto; la incorporación de más productos a la Web del Mediador; la automatización del sistema de retención en Automóviles y las mejoras de gestión introducidas en la Web del Mediador, entre otros, el sistema de alertas.



**EL PLAN
ESTRATÉGICO
DE CASER
POTENCIA LA
MEDIACIÓN
PROFESIONAL
COMO UNO
DE SUS EJES
PRINCIPALES**





PÍO URBANO
DIRECTOR DEL NEGOCIO
BANCASEGUROS

¿Cómo ha afectado a Caser el nuevo mapa bancoasegurador resultante tras la reestructuración?

Es cierto que el sistema financiero español ha experimentado una reestructuración sin precedentes que ha tenido consecuencias importantes en la distribución bancoaseguradora. Afrontamos esta nueva situación con la vocación de mantener a nuestra Compañía en posiciones de liderazgo.

¿Cuáles serán las claves en Bancaseguros en 2014?

Todo apunta a una lenta recuperación del negocio del sector asegurador nacional, y las expectativas en la distribución Banca-

seguros aumentan suavemente. La previsión es que, cada vez, tenga mayor cuota, sobre todo en No Vida. En este sentido ha habido significativos crecimientos en los últimos años en ramos como Autos, Decesos, Salud. En el apartado de Vida esperamos el relanzamiento de Vida-riesgo, que vendrá con la dinamización de los créditos, así como las posibles mejoras fiscales en los planes de pensiones para potenciar este decisivo negocio.

¿Y cómo afronta Caser este nuevo panorama?

Pondremos en valor nuestra experiencia y, en paralelo, trabajamos de acuerdo a las nuevas necesidades del escenario en

el que las entidades bancarias pasarán a proponer soluciones aseguradoras que protejan las necesidades de sus clientes de manera personalizada. Entre los nuevos desafíos a los que nos enfrentamos figuran la consolidación de nuevos acuerdos de distribución, el incremento de la satisfacción de los clientes y por tanto su fidelización e igualmente, en la gestión comercial conjunta de los ramos de Vida y No Vida, hasta ahora muy diferenciado. Todo ello manteniendo la rentabilidad que tan buenos datos ha aportado a Caser en los últimos diez años. Para ello, serán factores esenciales la innovación y la adaptación a las nuevas tecnologías.

EN 2013 SE CELEBRARON, ENTRE OTROS, ACUERDOS CON LIBERBANK, IBERCAJA Y UNICAJA Y SE AVANZÓ EN EL AFIANZAMIENTO DEL MODELO DE GESTIÓN DE CUENTAS

a unirse a los celebrados anteriormente con BMN y Caja Badajoz en el ramo de No Vida, y a las compañías creadas con Novacaixagalicia y BMN en Vida. Estos acuerdos han hecho posible la recuperación de los ritmos de ventas y afianzar las bases de un modelo de grandes cuentas centrado en los nuevos grupos bancarios.

Asimismo, con el fin de adaptar la estructura Bancaseguros a esta situación, se impulsó la adecuación de los equipos comerciales a las nuevas redes de distribución, para garantizar el servicio y la eficiencia de costes. Para ello, se siguieron desarrollando figuras especializadas, que aportan el conocimiento de los productos y del mercado, asesorando a las redes en el enfoque de la oferta a las necesidades de los clientes. Un ejemplo de ello es la creación de especialistas de Salud y los promotores comerciales del mismo ramo. La orientación al mediador Bancaseguros motivó la creación del CEB (Centro Especializado de Bancaseguros), un equipo centrado en el apoyo al mediador en los procesos de emisión y contratación.

Adicionalmente, la eficiencia, la minería de datos y una clara orientación al cliente, han sido las pautas de trabajo que nos están permitiendo ofrecer propuestas de valor y contrarrestar la salida de un porcentaje de negocio como consecuencia de absorciones de algunas entidades por otros bancos.

Búsqueda de nuevos nichos de mercado

El avance en la investigación comercial dirigido a la búsqueda de nichos de mercado, para potenciar la venta cruzada y el telemarketing, están aportando el incremento del número de clientes y por tanto su fidelización.



Entre otros logros cabe señalar además, el lanzamiento, en el entorno de la Dirección Comercial de Agentes, del Plan Canarias, consistente en el desarrollo de una Red de Ventas en las Islas, con la apertura de siete nuevas oficinas de agentes en poblaciones relevantes. Dentro de la Dirección Comercial de Desarrollo la implantación definitiva del nuevo anexo y sistema de Subvenciones para los Agentes. En la Dirección Comercial de Grandes Corredores, resalta la entrada en los sistemas de comercialización de las Grandes Corredurías, así como el desarrollo de determinados programas de *Facilities*.

Bancaseguros

Durante el año 2013 el Negocio de Bancaseguros terminó de adaptarse al nuevo mapa del sector financiero resultante de la reestructuración que ha venido ocurriendo durante los pasados años. El ejercicio supuso además la consolidación del Negocio. Así, se formalizaron importantes acuerdos de exclusividad, con Liberbank, Ibercaja y Unicaja, que vienen

TELEMARKETING, PRESENTE Y FUTURO

La actividad de telemarketing potenciada por Caser se ha revelado como un magnífico apoyo a las redes bancarias. En 2013 siguió evolucionando y comenzó la comercialización de nuevos productos como enfermedades graves, dental y decesos y la Compañía dio un paso más e intensificó la comercialización por este canal de seguros de Autos y Salud.

Grandes Cuentas-Brokers

Como en ejercicios anteriores, el Negocio de Grandes Cuentas-Brokers mantuvo su objetivo fundamental de asegurar la rentabilidad de todas las líneas de producto comercializadas, incrementando el margen de contribución a la Compañía.

A lo largo del año 2013 se gestionaron 726.000 pólizas y 519.000 clientes, generando 167.700 pólizas de nueva contratación y obteniendo un incremento en la prima media del 36% respecto al año anterior.

Como novedad y conforme al Plan Estratégico 2013-2015, se incorporaron al Negocio de Grandes Cuentas para su gestión los *brokers* más relevantes del mercado español. Para ellos se ha diseñado una nueva oferta de valor consistente en una gestión centralizada y es-

EL TOTAL DE PRIMAS DEVENGADAS DEL NEGOCIO DE AGENTES Y CORREDORES SUPERÓ LOS 212 MILLONES DE EUROS





GERMÁN BAUTISTA
DIRECTOR DE CLIENTES Y NEGOCIO DE
DISTRIBUCIÓN DE GRANDES CUENTAS-BROKERS

Grandes Cuentas cerró el ejercicio con márgenes técnicos positivos, ¿cuáles han sido las claves?

Por una parte, hemos apostado fuerte por la innovación, adaptando nuestros productos a lo que realmente necesitan los clientes, teniendo en cuenta el complicado entorno que vivimos. También han sido decisivas las importantes alianzas firmadas con entidades financieras, grandes distribuidores y fabricantes de primer nivel. Hemos dirigido todos nuestros esfuerzos a darles un servicio de valor añadido a sus productos y que les sirvan, a su vez, para fidelizar a sus clientes.

¿Qué mejoras operativas se introdujeron en 2013?

Han sido varias con un mismo objetivo, mejorar la comunicación y la gestión entre Caser y sus mediadores. Así por ejemplo, potenciamos la nueva herramienta SGO (Sistema de Gestión de

Operaciones), incluida dentro de la Web del Mediador, un moderno sistema de gestión de peticiones e incidencias sobre la producción, que establece un contacto directo entre el mediador y la Compañía. En Salud introdujimos un novedoso sistema de venta en el que el cuestionario médico puede cumplimentarse telefónicamente. También implementamos una serie de aplicaciones informáticas que permiten la integración de nuestros sistemas de información con los de los mediadores y modernizamos los medios de producción. Otro ejemplo de esta integración son los nuevos servicios web (*webservices*) para productos como Bienes de Consumo y Garantía Mecánica.

¿Cómo se presenta el 2014?

Somos optimistas porque sabemos que caminamos en la dirección correcta que no es otra que poner en el centro de nuestra estrategia al cliente y su satisfacción.

➤ especializada, con compromisos de tiempos de respuesta y nuevas capacidades de suscripción. La finalidad, propiciar la diversificación del negocio y el crecimiento rentable con productos preferentes para Caser.

En paralelo, se creó una unidad de prospección para identificar mercados y clientes GGCC a los que trasladar una oferta de producto personalizada según su sector de actividad. Esta estrategia permitió el cierre de varios acuerdos, algunos de exclusividad, que supondrán primas relevantes en el ejercicio 2014.

En cuanto a la actividad comercial del Negocio, se ha centrado en entidades de crédito y financieras de consumo, grandes distribuidores, *utilities*, compañías y mutuas, dando lugar a acuerdos importantes.

Se desarrollaron diferentes programas de averías mecánicas, retirada de carné, vehículo de sustitución y daños, para clientes como BBVA, RCI Banque, Volkswagen Insurance, Cetelem, Asociaciones de Concesionarios y otros.

En la distribución de productos, a través de redes no especialistas, se dio prioridad a la simplificación en las labores de comercialización, diferenciando nuestra oferta de la competencia mediante nuevos productos como el segmento de pyme concesionarios, bodegas, responsabilidad civil para autónomos o las *facilities* de Autos, Salud, Hogar y Decesos.

Mención especial merecen los diferentes programas distribuidos a través de telemarketing sobre clientes de financieras de consumo o entidades bancarias, con quienes se han generado un importante número de pólizas de Decesos, Accidentes y Hospitalización.

El Negocio Directo, en un entorno tan competitivo como el de 2013, nuevamente colaboró de

forma notable al margen de contribución de la compañía y redujo sustancialmente el margen de siniestralidad en un 15%.

Mejoras operativas

Dentro de las mejoras operativas para facilitar la gestión a los mediadores y ampliar su autonomía de gestión, la mejora de la Web del Mediador ha sido una prioridad del Negocio.

Las nuevas funcionalidades para el seguimiento de la actividad comercial por parte del colaborador, un nuevo diseño exclusivo para la gestión de la grabación del producto de salud para las entidades financieras, la estabilización y potenciación de la nueva herramienta de gestión de tareas implantada a finales del ejercicio anterior, o el desarrollo de nuevas y potentes funcionalidades, son algunos ejemplos.

Además, se han integrado los sistemas de producción de Caser (Salud, Autos, Hogar y Comercios) con los de otros mediadores que utilizan plataformas de gestión sectoriales y se ha puesto en marcha con éxito una nueva plataforma de *e-learning* para mediadores exclusivos, lanzándola con la red de oficinas de Caixa Geral.



Mónica Simón

EL VALOR DE LA INNOVACIÓN

Una apuesta clara por la innovación en todos sus ámbitos hace que Grandes Cuentas desarrolle continuamente nuevos productos que se anticipan a las necesidades de sus clientes. Gracias a este afán formalizaron, durante 2013, importantes acuerdos con entidades como BBVA, RACE, Telecor, Santander, VW Insurance, Leroy Merlin, Hyundai, Citroën y Seat entre otros.

Se desarrollaron coberturas innovadoras para clientes como las Extensiones de Garantía de Vehículos Financiados, la Garantía Mecánica para Particulares en modalidad Todo Riesgo o Nominada, el producto de Financiación Flexible, el Vehículo de Sustitución, las coberturas de Daños - Garantía de Móviles y Tablets, las Garantías de Herramientas, el producto de Evento Feliz y la Garantía de Satisfacción.

CONFORME AL PLAN ESTRATÉGICO SE INCORPORARON AL NEGOCIO DE GRANDES CUENTAS PARA SU GESTIÓN LOS BROKERS MÁS RELEVANTES DEL MERCADO ESPAÑOL