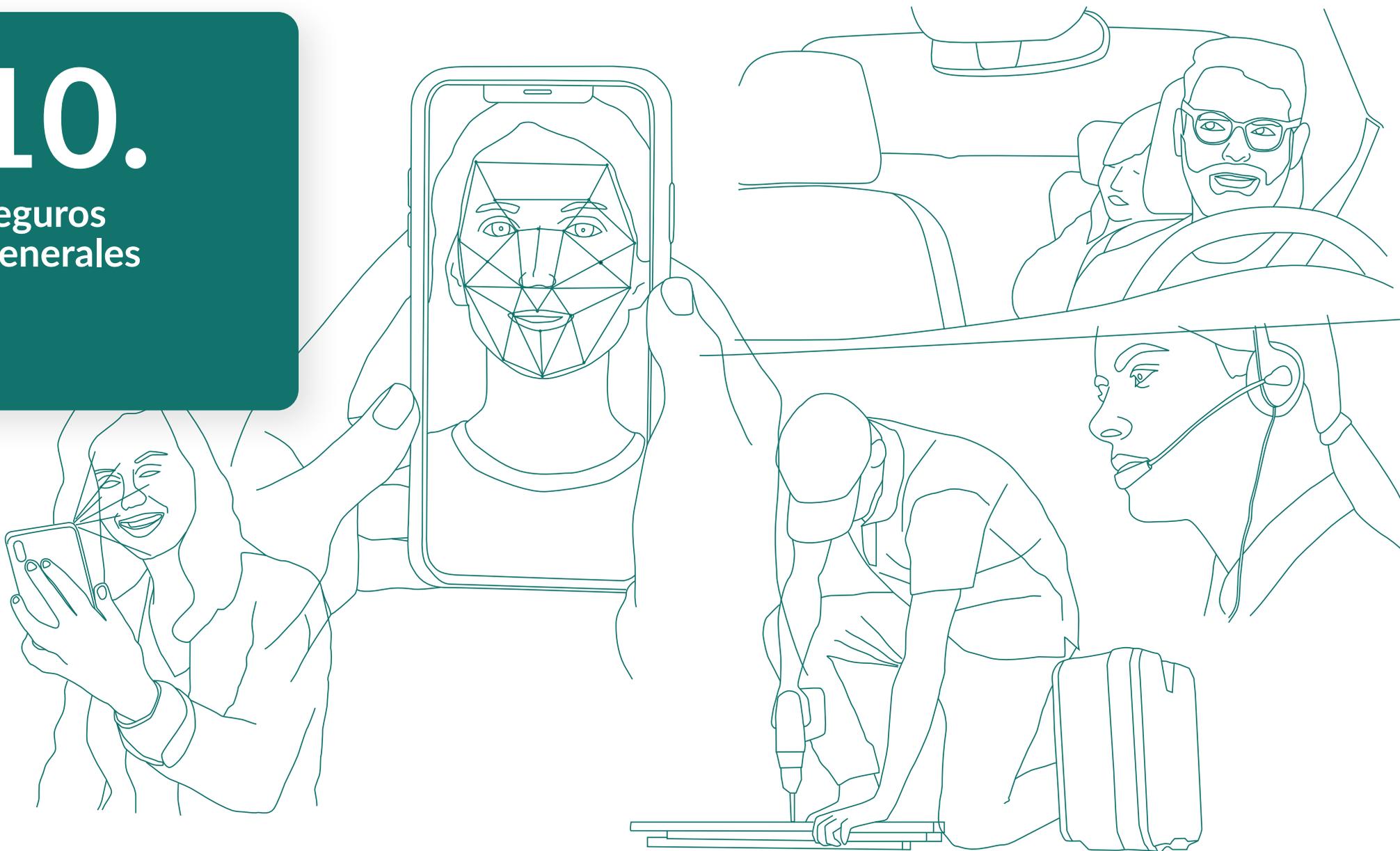


10.

Seguros Generales



El área de Seguros Generales protagonizó un importante desarrollo en 2021, obteniendo un balance positivo en los seguros de No Vida gracias a la continua apuesta por la innovación en productos, la mejora en los servicios proporcionados y las coberturas.

AUTOMÓVILES

La actividad del negocio de Automóviles ha consolidado su crecimiento, en un escenario de caída en el sector provocado por la pandemia, resultado del trabajo realizado durante los últimos años centrado en la satisfacción y la fidelización de los clientes del ramo. El pasado ejercicio se caracterizó por afianzar un modelo sostenible de diferentes canales y la renovación de alianzas y acuerdos estratégicos, lo que permitió seguir manteniendo un resultado positivo en un contexto impactado por la inflación y la intensa competitividad del mercado.

Paralelamente, se siguieron aplicando avances en el ámbito de la innovación en todos los productos ofertados, así como de las garantías, destacando el lanzamiento de Autohelp, una solución de detección de accidentes por IA que posiciona a la aseguradora como la primera compañía que lo ofrece en el mercado. Esta innovación se une a las ya activadas en meses anteriores como Caser ReMoto o CochexCoche. Además, se continuó sofisticando la segmentación de la tarifa y la renovación de la cartera, permitiendo fidelizar aún más a los asegurados.

El lanzamiento de Autohelp posiciona a Caser como la primera aseguradora que ofrece este tipo de seguro innovador basado en IA



RAMÓN NADAL
DIRECTOR TÉCNICO DE SEGUROS GENERALES

¿Cuáles han sido los hitos más destacados en 2021 en el área de Seguros Generales?

Destacaría la capacidad de reacción y actuación de Caser ante un año marcado por escenarios climatológicos adversos como Filomena o la erupción del volcán de Cumbre Vieja. Se atendieron 12.867 prestaciones con Filomena y dimos soporte a los más de 1.000 clientes residentes en la isla de La Palma. Unas cifras que ponen en valor capacidad de servicio, especialmente durante situaciones extremadamente complejas.

En relación a nuevos productos y servicios, ¿cuáles han sido las innovaciones más relevantes? Hemos implementado nuevas soluciones –como Doctorfy, en el ramo de Salud, o Autohelp, en el de Automóviles–, que destacan por lo novedoso. En paralelo, ya tenemos bien asumido el carácter innovador y próximo al asegurado, de forma que continuamente se revisan productos y garantías, pero también servicios. Todo ello pone de manifiesto la capacidad de adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes para ofrecerles valor añadido, un elemento clave para el crecimiento de nuestro negocio.

De cara al próximo año, ¿qué retos se plantean?

Continuamos avanzando en nuestra apuesta por la continua innovación en productos y servicios. En esa línea, seguiremos impulsando la medicina digital, nos implicaremos en la modernización de tarifas en la comercialización del seguro de Hogar, entre otras soluciones y ecosistemas.

PERSONALES

La recuperación económica fortaleció el área de Personales, lo que permitió una mayor dinamización del negocio en su desarrollo y resultados destacando la protección de pagos y decesos.

Mención especial merece la asistencia en viaje, que en escenarios aun adversos como el del pasado ejercicio, constató una gran capacidad de generación de beneficios. Esta mejora de la actividad también se reflejó en otras líneas de negocio del área como la referente a mascotas, donde se formalizó un aumento de la demanda.

Resultados que ponen en valor la oferta de servicios de la compañía y su capacidad para resolver las necesidades de todos sus asegurados, constatando así la fuerte solidez y la consolidación de este ramo en el ámbito de los Seguros Generales.

MULTIRRIESGOS

Obtuvo un volumen de primas de 364 millones de euros, con un crecimiento respecto al ejercicio anterior de un 6,4% –una décima por encima del conjunto del mercado–.

Hogar, Comercio e Inmuebles demostraron su fortaleza alcanzando importantes niveles de crecimiento, destacando Protección de Alquileres, que aumentó un 112% el volumen de primas respecto al ejercicio precedente, lo que supuso 3,7 millones de euros.

En esa línea, Hogar incrementó un 7,3% los expedientes abiertos, hasta alcanzar los 591.788, que permitió aumentar margen de contribución con un ratio combinado neto de 89,9%. Estas cifras se tradujeron en un resultado de 14,5 millones de euros, casi seis millones y medio más que en 2020.

También se trabajó en el lanzamiento de Yavoiyo, que ofrece desplazamiento a la segunda vivienda para solucionar incidencias en lugar del propietario, poniendo de manifiesto la capacidad de



innovación y valor añadido de la compañía y su capacidad de orientación a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Paralelamente se activó un proceso de modernización del pricing y entornos de comercialización en Hogar, que tendrá continuidad en 2022, con el objetivo de reducción de los campos a cumplimentar para la obtención de precio, una mejor adaptación de la prima a la verdadera entidad del riesgo asegurado y una mayor integración del

perfil de los clientes de socios bancarios de referencia en la construcción de la prima del seguro.

EMPRESAS

El negocio de Empresas cerró 2021 con un crecimiento del 9% en primas con respecto al ejercicio pasado, una cifra muy superior al crecimiento medio del mercado de No Vida –3,4%–. Todas las áreas del negocio ofrecieron

muy buenos resultados, permitiendo un crecimiento global del Margen de Contribución del 4,8% con respecto al ejercicio anterior y logrando una ratio combinada del 85,6%.

A esta buena evolución contribuyó una tendencia alcista de las primas en ciertos segmentos del mercado de Responsabilidad Civil –con un crecimiento del 7,5%– y especialmente de los seguros de Transportes, que aumentó hasta alcanzar el 14,4%. Paralelamente, también contribuyó el aumento del número de pólizas en vigor de Multirriesgo PYME y Daños, por encima del 11%.

A lo largo de 2021, se continuó con la creación de productos de innovación centrados en la pequeña y mediana empresa, destacando Multirriesgo PYME caracterizado por la multitarificación para facilitar el trabajo a mediadores y agentes, así como un nuevo seguro de Responsabilidad Civil Patronal o el Recomendador de Productos de Empresa, cuyo objetivo es presentar al agente las pólizas que su cliente tiene ya en la aseguradora junto al precio y condiciones que adicionalmente debería tener, mediante la introducción de la identificación fiscal.

Todos estos cambios, mejoras y buenos resultados fueron posibles gracias a la calidad de la capacidad técnica de Caser, el desarrollo de sus sistemas y su búsqueda continua de nuevas soluciones que satisfagan las necesidades de clientes, mediadores y agentes.

SALUD

El seguro de Salud ha tenido un comportamiento positivo en el transcurso del pasado ejercicio, con un crecimiento del 3%, siendo el segmento dental el que mayor crecimiento de primas ha experimentado (21%).

En materia de producto, la digitalización y el uso de canales online centraron el desarrollo de nuevos lanzamientos y servicios que diesen respuesta a las nuevas necesidades surgidas en la sociedad como consecuencia de la pandemia. En ese sentido, destaca la incorporación de Caser Doctorfy a su catálogo de productos, una nueva solución de asistencia sanitaria digital y ambulatoria que ofrece atención médica personalizada para todos los públicos y que además facilita asistencia presencial cuando es necesaria. Asimismo, se



continuó impulsando la innovación, a través de Centro Médico Caser, mediante los servicios de Teleconsulta y Videoconsulta, así como la unificación con el resto de servicios digitales: Chat médico y Mi Salud (app de autocuidado e historial médico).

De igual modo, se puso a disposición de los clientes la nueva plataforma digital Mi Bienestar Emocional, focalizada en el cuidado de la mente y las emociones, se trabajó en la mejora de la interoperabilidad de la plataforma Mi Salud y se lanzó a plataforma Caser Family. También se rediseñaron las funcionalidades de la app Caser Salud y se llevaron a cabo acciones para seguir afianzado y mejorando la experiencia de los asegurados en el canal digital.

Clínicas Dentales destacó por el comienzo del funcionamiento de su clínica en Oviedo –una de las últimas incorporaciones a la red realizada el ejercicio anterior– sumando en activo un total de 22 establecimientos dentro de su plan de expansión de servicios de Salud. El número de pacientes atendidos se incrementó un 23%, con 15.000 pacientes nuevos, lo que también supuso un crecimiento del 21%.

En lo referente a la Red Propia de Salud y Personales, el año fue muy importante con un crecimiento en primas superior al 10% respecto al ejercicio anterior. Además, en 2021 la Red celebró su décimo aniversario alcanzado el hito de llegar a los 50.000 clientes. En paralelo, se puso en marcha un plan específico de ventas de productos de Mascotas y Vida Riesgo, este último con un crecimiento en pólizas de un 40%.

Respecto al desarrollo comercial, Crèdit Andorrà Vida comenzó la comercialización de un nuevo módulo en sus productos que permite a sus asegurados puedan acceder al Cuadro Médico de Caser en España. También se potenció el segmento de PYMES y empresas con una oferta más simplificada y diferenciada a la del segmento de autónomos.

En línea con su apuesta digital, la compañía siguió trabajando en sus dos plataformas digitales –Casermasbeneficios y Operarme.es– y centró sus esfuerzos en seguir dando un servicio de calidad a los clientes. Se incluyeron nuevos servicios como los cuidados postoperatorios o los injertos capilares, entre otros, y se continuó ofreciendo los servicios específicos a raíz de la pandemia como los test serológicos y PCR.



INNOVACIÓN AL SERVICIO DEL CLIENTE Y SUS CIRCUNSTANCIAS

La capacidad de anticipación, innovación y uso de la digitalización han sido claves a la hora de resolver de forma exitosa las urgencias y atender las necesidades que trajo consigo el ejercicio pasado. Así, Caser creó nuevos productos innovadores como Autohelp, un servicio que detecta el accidente aplicando inteligencia artificial y es capaz de enviar inmediatamente una ambulancia en caso de accidente. Una innovación que posicionó a Caser como la primera compañía en el mercado en incluirla en todos sus seguros de automóviles. Además, se lanzó un seguro de Hogar, Yavoiyó, para dar solución a otra de las consecuencias derivadas de los confinamientos, que ofrece desplazamiento a la segunda vivienda para solucionar incidencias en lugar del propietario.

El ramo de Salud también siguió implementando la innovación al servicio de las necesidades de los clientes con nuevos lanzamientos y servicios como la nueva solución de asistencia sanitaria digital y ambulatoria, Doctorfy, capaz de ofrecer atención médica digitalizada y presencial accesible a todos los públicos.

De cara a 2022, Caser Salud continuará apostando por la medicina digital trabajando para poner a disposición de los asegurados un nuevo servicio de medición de constantes vitales a través de reconocimiento facial llamada Selfie Health.

SEGUROS AGRARIOS

Por quinto año consecutivo, Caser se mantiene como la primera compañía en el ámbito del Agroseguro, con un crecimiento del 15% de primas aportadas –por encima de la media del sector– mejorando la cuota de mercado en un 4% y alcanzando el 26% de las primas totales. Unas cifras que sitúan al Grupo como primer accionista de Agroseguro, por primera vez en los casi 45 años de pertenencia al pool.

Durante el 2021, se posicionó líder en 12 de las 40 líneas (que concentran más de un tercio de las primas totales) y se mantuvo en el top tres en prácticamente todas. Además, en el transcurso del año se dio un importante impulso de la Red Propia de Agentes Agrarios, aumentando la capilaridad en el territorio con el nombramiento de 31 nuevos

Caser se consolida como la primera compañía en el ranking por aportación de primas de Agroseguro por quinto año consecutivo

agentes, hasta alcanzar 151 y 5,8 millones de euros en primas.

Por líneas de negocio, Agrocaser, relacionada con el mundo rural y actividades agropecuarias, continuó con una buena evolución y diversificación de productos, logrando alcanzar unos óptimos resultados a pesar de los eventos climatológicos. En este aspecto, es importante destacar estos logros en un año marcado por una alta incidencia de eventos extraordinarios como Filomena, la Dana, la lluvia persistente o las heladas producidas en primavera.



PRESTACIONES

En el transcurso del ejercicio se abrieron un total de 841.248 prestaciones –un 7,6% más que el año anterior– siendo el producto de Hogar el de mayor volumen con 591.788 expedientes abiertos entre los que se encuentran los daños climatológicos derivados de Filomena, que supusieron 12.867 prestaciones tramitadas. Autos aumentó un 20,1% respecto al año anterior, siendo el segundo producto con más volumen de prestaciones abiertas –atendiendo a 37.309 vehículos– y creció 6,4 puntos porcentuales más en NPS a la finalización del expediente. El resto de productos sumaron 138.184 expedientes.

La lucha contra el Fraude generó un ahorro de 14,2 millones de euros, seguido del ahorro en Recobros que alcanzó los 11,7 millones de euros y supuso un ahorro de un 11,4% más respecto a 2020 gracias entre otras medidas a la apuesta por la digitalización. Por otro lado, las empresas reparadoras de Caser atendieron 573.508 encargos, de los cuales 81.467 servicios fueron realizados por Gremios Propios. Además, 41.216 han sido reparados por la nueva red de Manitas. Con respecto a

Autos, los talleres colaboradores del Grupo atendieron 37.309 servicios.

CASERVET

Caservet, la incipiente red de clínicas veterinarias cerró el año con una facturación superior a los 525.000 euros, lo que supuso un 25% más respecto a 2020. Este aumento del volumen negocio en los seguros de mascotas vino impulsado por los planes de salud basados en la medicina preventiva con coberturas de reembolso de gastos y Responsabilidad Civil.

Paralelamente, se lanzó un nuevo producto adaptado a la distribución de la clínica que supuso la venta de más de 250 pólizas de seguro, y una penetración del 13% sobre el total de clientes de la aseguradora en el negocio veterinario.

La compañía espera abordar la expansión de nuevas clínicas veterinarias en 2022.



DE LA NIEVE DE FILOMENA A LA LAVA DE CUMBRE VIEJA

Filomena fue el primer pulso a la capacidad de las aseguradoras para atender en un breve período de tiempo una gran cantidad de incidencias derivadas de los daños climatológicos

surgidos. Caser estuvo a la altura de las circunstancias atendiendo 12.867 prestaciones, por un coste cercano a los 20 millones de euros, focalizadas en resolver incidencias provocadas por la acumulación de nieve, cortes de suministro eléctrico o congelación de tuberías. A Filomena le siguieron tres tempestades ciclónicas atípicas (TCA) más en el mes de enero –Gaetan, Hortense e Ignacio– en las que la aseguradora acompañó y puso a disposición de sus asegurados todo su potencial para resolver con total garantía los incidentes ocurridos.

De la misma forma, la activación del volcán de La Palma y sus consecuencias fue otro de los momentos clave del pasado ejercicio, donde la compañía dio soporte a los más de 1.000 clientes residentes en la isla, mediante la geolocalización de los riesgos y seguimiento de las diferentes coladas. Una rápida actuación que permitió identificar a los asegurados que pudieran estar afectados y ayudarles en la declaración de los daños al Consorcio de Compensación de Seguros.