



XIV Convención Anual de Mediadores, que se celebró en el Club de Campo Villa de Madrid

## Las cifras acreditan que 2016 fue un gran año para Caser

**LA DISTRIBUCIÓN** es uno de los pilares fundamentales sobre los que se establece el Plan Estratégico 2015-2019 de Caser. En esta línea, la consolidación de un evolucionado modelo de negocio, que integra multicanalidad y enfoque al cliente, son algunas de las cuestiones que en las que se han centrado los esfuerzos durante el pasado ejercicio en los distintos negocios de distribución: Agentes y Corredores, Bancaseguros, y Grandes Cuentas.

### AGENTES Y CORREDORES

El Negocio cerró 2016 con 239,1 millones de euros en primas –un crecimiento de 20 millones de euros respecto del 2015–. De ellos, 159,8 millones de euros corresponden a los ramos de No Vida, que han registrado un crecimiento del 10,45%, frente al 4,49% que obtuvo el Sector en estos Ramos.



IGNACIO MARTÍN

DIRECTOR DEL NEGOCIO DE AGENTES Y CORREDORES

### ¿Cuáles han sido los principales logros alcanzados en 2016 en el Negocio de Agentes y Corredores?

En términos generales, los mayores logros del Negocio han sido la consolidación de los principales objetivos que nuestro Plan Estratégico requería para el ejercicio. En primer lugar, en términos de significancia para el Grupo, la cuota de participación del Negocio de Agentes y Corredores dentro del mismo, alcanzó el 17%, lo cual supone un punto y medio más de los previsto.

Igualmente, el ratio del número de pólizas por cliente ha mejorado de manera significativa respecto a 2015, lo cual se traduce en que estamos consiguiendo mayor fidelidad e integración de los clientes, es decir, mayor confianza. El fuerte impulso del número de Mediadores en los Segmentos que el Negocio califica como Altos, también ha sido digno de celebración. Con una mejora de algo más de dos puntos porcentuales sobre el 2015, casi un 15% del total de Mediadores está en estos niveles, lo cual refleja evolución positiva en la consolidación de la Red. Por último, en términos de imagen

de marca, se han alcanzado las 130 oficinas de agentes, más de las previstas, lo cual supone un claro avance en materia de presencia territorial.

### ¿Qué retos han tenido que afrontar en el pasado ejercicio?

El nuevo entorno, cada vez más digital, nos ha llevado a asumir dos grandes retos en el 2016. Por un lado una mayor digitalización del proceso de comercialización, que hemos conseguido a través de una adaptación de nuestros procedimientos internos, por ejemplo, con la implantación de los envíos telemáticos de la documentación, la digitalización de las firmas o la adaptación a procedimientos sectoriales de intercambio de información con los Mediadores. Y por otro lado, mejoras en el soporte que damos a los Mediadores, que se han conseguido con la implantación de medidas tales como, entre otras, una mayor eficiencia en el proceso de suscripción, mayor y más estructurada información de sus clientes o la facilitación de herramientas de explotación de sus propias carteras.

### ¿Cuáles son sus principales objetivos para 2017?

En un brevísimos resumen, nuestro foco en el 2017 estará puesto en tres grandes objetivos: En primer lugar, situar las Primas de No Vida en la cifra que requiere el Plan Estratégico, lo cual supone alcanzar los 183 millones en este tipo de Ramos, con un crecimiento próximo al 15%. Esto nos llevará a la puesta en marcha de iniciativas extraordinarias de apoyo a la comercialización, como, entre otras, el lanzamiento de un programa de franquicias. En segundo lugar, nuestro resultado antes de impuestos, también acorde al alto nivel de exigencia del Plan Estratégico y que requiere de un incremento del 25% respecto del 2016. Por último, seguir avanzando en la calidad de nuestra Red de Mediación, con más Mediadores en los segmentos altos de nuestra clasificación. ●

## Una inversión a largo plazo

En Caser la formación se considera una auténtica inversión. Bajo esta premisa, en el ejercicio 2016 el Negocio de Agentes y Corredores ha efectuado un gran esfuerzo en acciones formativas, tanto para Agentes de todas las Redes como para Personal del Negocio.

En total, se han ofrecido durante el pasado ejercicio más de 146.000 horas lectivas de formación.



En su conjunto, el Negocio de Agentes y Corredores cierra un año con un crecimiento cercano al 9%, con un crecimiento en No Vida del 10,45%, muy superior al sectorial. Por lo que respecta a Vida Riesgo el crecimiento del Negocio de Agentes y Corredores de Caser ha superado en gran medida la media sectorial con un 44% frente al 11,59% de la industria. Asimismo, cabe resaltar la variación en Multirriesgos del 16,91% frente al 3,1% sectorial. Por lo que respecta a la comercialización del

conjunto de Ramo de Vida, alcanzó la cifra de 79,3 millones de euros, con un crecimiento más moderado, del 6,2%, debido a la reducción de las líneas de productos a Prima Única.

En lo referente a la cartera, el Negocio de Agentes y Corredores ha experimentado un crecimiento próximo al 10% en pólizas en vigor, fruto de las acciones desarrolladas, fundamentalmente, a través de las Redes de Agentes, Desarrollo, Expatriate y Canarias,

### El negocio de Agentes y Corredores ha crecido más de un 10% en pólizas

así como debido a la mejora sostenida de las tasas de anulación. Esto ha permitido que la participación de Agentes y Corredores sobre el conjunto del Grupo se haya mantenido en el 17%.

Por lo que a procesos se refiere, conforme a las tendencias sectoriales, en 2016 se introdujeron significativas mejoras en el Portal del Mediador, y se participó en la definición de las bases y la infraestructura necesaria para incrementar el nivel de digitalización.

#### Apoyo al mediador

Durante 2016 se ha realizado un gran avance en materia de soporte al mediador. En este sentido, se ha implantado un modelo de segmentación de los Mediadores, según volumen y tipología, con el diseño de una propuesta de valor diferenciada para cada uno de ellos.

Como consecuencia, incremento del negocio mediado por agentes exclusivos, ha sido muy positivo, alcanzando ya el 62% del total.

El crecimiento de la Red Propia de Desarrollo, la de Expatriate y Canarias así como el Plan de Nuevos Nombramientos en las Direcciones Territoriales dirigido hacia este tipo de Mediadores han sido determinantes para lograr estos resultados.

#### Innovando en productos y servicios

Lanzamientos como el de Caser Hogar Modular, que es un producto totalmente adaptable por el Mediador a las necesidades del cliente o el de Caser Inquilinamente, que busca la protección de los arrendatarios de viviendas, han tenido gran acogida. Por último, en Vida, se han lanzado igualmente nuevos productos de Rentas Vitalicias, con gran atractivo financiero-fiscal.

Asimismo, en el 2016 el Negocio de Agentes y Corredores, con el fin de impulsar en el 2017 la comercialización de los productos de Vida y los relacionados con el mundo Agropecuario, ha implementado la figura de los Responsables de Vida y de Agrarios en cada Dirección Territorial para el desarrollo de estos productos. •

LA CUOTA DE PARTICIPACIÓN DEL NEGOCIO DE AGENTES Y CORREDORES ALCANZÓ EL 17%



**Se firmó un acuerdo de exclusividad para todos los ramos de No Vida con el Grupo Unicaja**

**BANCASEGUROS**

El año 2016, ha sido un interesante ejercicio para Bancaseguros. En cifras, se ha cerrado el año con unas primas de 560,2 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,4%. Se trata de un incremento de prácticamente tres puntos por encima del de el mercado No Vida, que a cierre de 2016 crecía un 4,6%.

Este crecimiento se ha conseguido de forma homogénea en todos los ramos de No Vida, fortaleciendo y consolidando el Negocio de distribución bancoaseguradora de la compañía, y ha sido posible poniendo el foco en el cliente, de la mano de las entidades financieras. Además se ha ampliado el perímetro de la exclusividad de Caser con la firma de un nuevo acuerdo de exclusividad para todos los ramos No Vida con el Grupo Unicaja (Unicaja Banco y Banco España Duero). •



**PIO URBANO**

**DIRECTOR DEL NEGOCIO DE BANCASEGUROS**

**¿Cuál ha sido el mayor reto de Bancaseguros en 2016?**

Venimos años trabajando en la transformación digital. Por ello, si tuviera que resumir todos los retos en uno solo sería en el cambio de modelo bancoasegurador que incluye la transformación digital de la relación con nuestros clientes. En 2016, hemos impulsado y desarrollado el proyecto Bancaseguros 2.0, que avanza hasta un modelo en el que la relación y la visión estratégica de la distribución de seguros con los bancos se transforma de manera que el

seguro es un producto más del portfolio de la entidad financiera. En paralelo, el cliente se sitúa en el centro de las decisiones y se sofistican la inteligencia comercial, de forma que sea compatible con la omnicanalidad.

**¿Cómo han logrado incrementar el ratio de fidelización de clientes en el pasado ejercicio?**

El foco en el cliente es prioritario. Así, hemos activado diferentes iniciativas para incrementar su fidelización. Como ejemplos podemos destacar la implantación del programa "platino" o la paquetización de la oferta, en el pack multiseguros.

**¿Cuál ha sido la relación con los bancos durante 2016?**

Cada vez trabajamos más en un escenario de socios, con una visión unificada en un plan compartido. En este sentido, hemos reforzado las relaciones con las entidades bancarias en un compromiso que se ha materializado en más de 200 acciones programadas y objetivadas con cada banco con los que tenemos acuerdos de exclusividad multiramo. Entre las iniciativas desarrolladas, cabe mencionar el pricing de autos, con una tarifa personalizada del seguro de automóvil que considera la información bancaria y la de la Compañía, así como tarifas competitivas de manera segmentada según el scoring bancario. •



### Digitalización y multicanalidad son ya una realidad

Tanto la omnicanalidad y la implementación de procesos digitales en el Negocio de Bancaseguros de Caser han vivido en 2016 un periodo intenso. Gracias a ello los clientes de las entidades financieras pueden comenzar una gestión en un canal y acabar en otro, gracias a la combinación de sofisticados procesos comerciales y tecnológicos, alineados

siempre con la entidad financiera. En esta línea, la oferta aseguradora de Caser ya está incorporada en la banca electrónica y móvil de Ibercaja, BMN y Liberbank. Paralelamente, se ha avanzado en el desarrollo de herramientas como Bitácora+, un instrumento interno de análisis del Negocio de Bancaseguros que, en su versión 2.0, suministra más

nivel de información de las principales variables del negocio y lo hace de forma más gráfica y visual.

Con el objetivo de reforzar las ventas en las oficinas, se han desarrollado herramientas como la confirmación online de presupuestos de autos que, en 2017, se hará extensible a Hogar y Salud. •



**MODELO BS 2.0**

RELACIÓN	Socios Interés común Equipos como uno solo
CULTURA	Seguros como un producto más
PLANIFICACIÓN	Visión estratégica compartida
CLIENTE	Segmentación avanzada / común
CANALES	Omnicanalidad

### Modelo de colaboración con entidades financieras

Desde sus inicios, y con mayor intensidad desde los años sesenta, Caser trabaja en estrecha colaboración con entidades financieras para el desarrollo y la distribución de seguros. Así, Caser es capaz de adaptarse a la

realidad de la entidad de acuerdo a muy distintas fórmulas de colaboración. Dicha experiencia le permite a la aseguradora responder en tiempos y con rigor a las distintas necesidades de los bancos y sus clientes en España.

Hoy, el modelo ha evolucionado hasta incorporar la visión compartida del negocio entre los bancos socios y Caser, lo que nos hace estar en primera línea del mercado bancoasegurador en España. •



**En el pasado ejercicio se logró una presencia destacada en Empresas de inversión y *Fintech***

**GRANDES CUENTAS**

Durante el pasado ejercicio, Grandes Cuentas logró captar 251.085 nuevas pólizas y gestionó un negocio de 695.846, con un resultado positivo de nueve millones de euros. Esta actividad comercial le permitió, por tercer año consecutivo, incrementar la cuota de negocio dentro de Caser en más de tres puntos, alcanzando una participación del 15% dentro de Caser.

En cifras, se ha logrado un incremento en primas del 36% y un cumplimiento presupuestario del 117%, destacando la generación de negocio en los ramos de Autos, Multirriesgos, Particulares, Agrarios, Vida Riesgo y Vida Ahorro, con crecimientos de entorno al 30%.

En las labores de prospección de nuevo negocio, se logró una presencia destacada en Empresas de Inversión y Fintech, por medio de patrocinios y ponencias en foros sectoriales,



**GERMÁN BAUTISTA**

**DIRECTOR DE CLIENTES Y NEGOCIO GRANDES CUENTAS**

**¿Qué valoración realiza del negocio de Grandes Cuentas?**

Muy positivo. Dentro del negocio de Grandes Cuentas se han logrado crecimientos del 59% gracias a la distribución de seguros en entidades financieras, fabricantes, gran distribución, sector agrario y otros, destacando los acuerdos con Masmóvil, UCI, Caja Rural del Sur, Becier Assegurances y la renovación y ampliación de los acuerdos con Mercedes Benz, Rci Banque, Banca Puyo, BBVA, ASAJAS y UCCL. También se ha iniciado la comercialización, dentro del negocio, de las soluciones de servicio de Caser Asistencia, logrando acuerdos de distribución como el de AUDAX y Energya Villar Mir.

**¿Cuáles han sido las líneas de actuación con los Grandes Brokers?**

Con los Grandes Brokers se ha priorizado la comercialización de riesgos preferentes —aquellos con menor exposición y mejor resultado—, la reducción de recibos pendientes que ha permitido cerrar el año con solo un 8,5% en este perfil de mediadores, y una apuesta por un servicio de calidad a la mediación, que se ha visto recompensado con una mejora en las ratios de cotización de un 40%, conversiones en póliza de hasta un 34% sobre cotización y un aumento de las nuevas emisiones de un 85%. Algunas operaciones relevantes durante el pasado ejercicio han sido el Programa de Centro de Enseñanza (con más de 700 colegios), el Programa de Termalismo del Imsero o los Programas de tarjetas de Kutxabank y Cajasur, entre otros. •



### Finizens & Indexa: el largo plazo más flexible

En 2016 Caser ha dado un paso más hacia la consolidación de su posicionamiento como marca pionera en innovación y transformación digital, al formalizar una alianza estratégica con el portal de asesoramiento automatizado Finizens y con el acuerdo alcanzado en pensiones

con Indexa Capital. Modelos de gestión pasiva del ahorro para el gran público y 100% online, que permiten al ciudadano de a pie acceder sin esfuerzos a las ventajas de la inversión. Son al día de hoy las alternativas de ahorro a largo plazo más flexibles del mercado.

**36%**  
DE INCREMENTO EN PRIMAS  
Y UN 117% DE CUMPLIMIENTO  
PRESUPUESTARIO EN 2016

**+30**  
CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL,  
DIRECTAS O A TRAVÉS DE ACUERDOS

logrando contactar con más 60 empresas no clientes de los sectores identificados como prioritarios para el negocio como son bancaseguros, entidades financieras de consumo, fintech y empresas de servicios de inversión. El resultado de esta actividad propició acuerdos de distribución y prestación de servicio, con entidades como Novo Banco, Self Bank, A&G Banca Privada, OVB Allfinanz, Axon Partners AV, Indexa Capital AV, Getino Finanzas EAFI y 360Cora EAFI, entre otras. También se inició la comercialización, por primera vez en España, de planes de ahorro de gestión pasiva (*roboadvisor*) en formato Unit Linked o de Planes de Pensiones, con una autogestión 100% digital.

#### Un Negocio digital

En Negocio Directo, el principal foco comercial ha sido la distribución digital y la búsqueda de nuevos acuerdos con actores online. Siendo

el lanzamiento en julio de la nueva web de Caser, uno de los principales hitos ha sido el posicionamiento online de la compañía. A partir de ese momento se intensificó la presencia online con más de 30 campañas de marketing digital, bien con imagen directa de la Compañía, bien a través de acuerdos con distribuidores como Travel Club, Beruby, Infoautonomos, Territorio Pyme, lahorro.com o idealista.com. Los productos que más se han potenciado, en esta nueva estrategia digital, fueron los de salud, móviles, hogar, moto, vida y todos los vinculados al segmento de los autónomos.

En el área de Operaciones, destacan los proyectos de envío de recibos digitales *paperless*, los procesos de contratación 100% digital con Corredores, la mejora de los procesos de selección de riesgos en Salud y la mecanización de los procesos de venta de los nuevos robo advisor con firma digital y escaneo del DNI, entre otras. •

