

# 12

## NEGOCIOS DE DISTRIBUCIÓN

*Diversificación y multicanalidad, claves del crecimiento en 2017*



XV Convención Anual de Mediadores, celebrada en el circuito del Jarama, en Madrid.

## LA DIVERSIFICACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN: UN MODELO ÚNICO DE MERCADO

En el apartado de la comercialización de servicios y soluciones aseguradoras, Caser se distingue por operar de acuerdo a un modelo de distribución diversificado y, al mismo tiempo, orientado a sus respectivas redes. Así, cada uno de los negocios de Agentes y Corredores, Bancaseguros y Grandes Cuentas, cuentan con estructuras profesionales y expertas en su segmento.

Juntos, los negocios han consolidado una fórmula de comercialización que, sumando a lo largo de los últimos ejercicios el enfoque al cliente y los avances de los sistemas que facilitan el acceso multicanal, ha logrado acumular importantes crecimientos tanto en las pólizas de nueva producción como en el resultado.



### IGNACIO MARTÍN

Director del Negocio  
de Agentes y Corredores

#### ¿Cuáles han sido los principales logros obtenidos respecto al plan estratégico?

Desde el punto de vista del Negocio, sin duda el mayor logro ha sido el peso de la distribución Agencial: las primas devengadas totales intermediadas por Agentes Exclusivos han alcanzado a cierre del ejercicio el 60% de las primas totales del Negocio, con un idéntico porcentaje de peso en las cifras de nueva producción. En materia de tecnología, la digitalización de la actividad de los responsables comerciales, a través de lo que denominamos el e-comercial, que supone la configuración del puesto de trabajo móvil, ha sido el hito más relevante. Esta aplicación aglutina todas las herramientas de gestión de Red que necesita el Equipo Comercial, entre otras, la incorporación de la firma digital de la documentación contractual y la ficha completa de sus Mediadores. Ya en el ámbito de los procesos, el

principal avance lo ha constituido la automatización y digitalización de operativas en el Negocio de Vida.

#### ¿Cuáles son los principales objetivos y retos del 2018?

Todos están estrechamente relacionados con la mejora de las ratios de gestión de las cifras y de la Red. En No Vida tenemos la meta de crecer casi un 15% respecto a 2017, así como mejorar la eficiencia comercial. Además, trabajaremos por incrementar un 15% el número de Mediadores en los Segmentos Platino, Oro y Plata, para dar cumplimiento a lo exigido en esta materia en nuestro Plan Estratégico. Asimismo, seguir avanzando en la fidelidad de los Agentes y Clientes del Negocio, que se traducirá en un incremento del número de pólizas por Cliente. También insistiremos en la importancia de la formación de nuestros distribuidores; en 2017 se impartieron más de 190.000 horas lectivas.

## Agentes y Corredores

El importante desarrollo de la actividad en los Ramos No Vida, así como su incremento en las primas de nueva producción (casi un 12% respecto al año anterior), y la mejora sostenida de las tasas de anulación, conseguida con las políticas de retención establecidas, han sido los principales impulsores del excepcional crecimiento registrado por el Negocio de Agentes y Corredores en No Vida, que casi triplicó al de la industria.

En su conjunto cerró el ejercicio con un crecimiento de casi el 9%, frente a un decrecimiento Sectorial del 0,70%. Por agrupaciones, refleja incrementos superiores a los sectoriales en todas ellas, destacando la variación en Multirriesgos, con un crecimiento del 7,3% frente al 2,2% del mercado, y el resto de No Vida, donde Agentes y Corredores supera el 20% frente al 6% sectorial.

El volumen de primas de Agentes y Corredores cerró 2017 con algo más de 259,5 millones de euros. Del total de esta cifra, 177,2 millones corresponden a Negocio No Vida, el cual tuvo un crecimiento superior al 11%. Por lo que respecta al Negocio de Vida, este alcanzó la cifra de 82,3 millones de euros (+3,6%), por la reducción de las líneas de productos a prima única contempladas en el Plan Estratégico.

La evolución del negocio mediado por Agentes Exclusivos fue muy positiva y, a cierre de 2017, sus primas intermediadas alcanzaron el 60% del total.



El equipo de la Dirección Territorial Centro del Negocio de Agentes y Corredores.

### Distribución agencial y mix de cartera

En 2017 el peso del negocio intermediado por Agentes Exclusivos, dentro del Negocio de Agentes y Corredores, siguió creciendo en relación con el intermediado por Corredores. Esto dotó a la unidad de una Red más alineada con los intereses de la Compañía, con mucho mayor grado de representación y con una cartera con menor grado de volatilidad. En este sentido, las primas totales devengadas de los agentes tienen ya un peso del 60%, y las primas de nueva producción que aportan es el 59% del total, con un crecimiento de 10 puntos porcentuales respecto al año anterior.

En relación con el mix de cartera, los crecimientos obtenidos el año pasado en las líneas de Empresas, Multirriesgos y Particulares Personales dentro del Negocio de No Vida (ganaron dos puntos porcentuales de peso), evitaron que se incrementase el peso del Ramo de Automóviles (el más inestable por la agresividad competitiva), manteniéndose en una cuota que sólo supone un 16%. En lo que respecta a Vida, se incrementó el peso de los productos de Prima Periódica.

Todo ello gracias al crecimiento de la Red Propia (Profesionales, Desarrollo, Expatriate y Canarias), al Plan de nombramientos en las Direcciones Territoriales dirigido hacia este tipo de Mediadores, y a la mejora de la productividad de la Red Agencial debido al incremento de Agentes en segmentos altos (Platino, Oro y Plata).

Asimismo, los Clubes de Especialistas (Higea, Club Pyme, Vida Master y Vida Selección), el incremento de la eficiencia de la Red Comercial, y los acuerdos de traspasos con determinadas corredurías, dieron un impulso muy fuerte a la generación de primas de nueva producción. En el caso de No Vida se alcanzaron un total de 111.000 pólizas (que representaron 4 millones de euros más en primas de nuevo negocio que en el ejercicio precedente).

Por lo que respecta a los productos de Particulares y Patrimoniales, prioritarios dentro de la estrategia del Negocio, han incrementado su peso en el *mix* en 1,2 puntos porcentuales, de manera que los productos Multirriesgos, los Personales y Vida Riesgo aumentaron su peso dentro de la cartera, en especial Vida Riesgo, con un crecimiento próximo al 20%, y el conjunto de los multirriesgos con una variación del 7,2%. Las pólizas de cartera en vigor se han incrementado en el ejercicio algo más de un 10%, superando las 502.000.

En 2017 se mejoró y actualizó el catálogo de productos de Vida, principalmente con nuevas



soluciones dentro del ámbito financiero, que también contribuyeron al crecimiento del Negocio de Agentes y Corredores. Cabe destacar: Caser Ahorro Unit Linked, vinculado a los fondos de inversión de Bestinver; Caser Ahorro Pias Unit Linked, y Caser Ahorro Sialp 85.

 **502.000**  
PÓLIZAS DE CARTERA EN VIGOR EN 2017,  
UN 10% MÁS QUE EN EL EJERCICIO ANTERIOR

## Bancaseguros

El gran objetivo del Negocio de Bancaseguros el año pasado fue continuar con el camino avanzado en 2016, dirigido al modelo de Bancaseguros 2.0, para ser referente en el sector y estar alineados con los intereses de los clientes. Los resultados han sido muy favorables y, tras el trabajo desarrollado estos dos últimos años, el nuevo negocio en Bancaseguros representa ya un 13%. Este se ha originado, principalmente, con acciones “no tradicionales”.

La relación entre los Bancos y Caser, que era una relación de cliente-proveedor, ahora se materializa

a través de una estrategia y planificación comercial conjunta como socios. Todo ello implica que el peso de los seguros en la estrategia global de las entidades bancarias tenga un valor significativo en el negocio y que, desde los bancos distribuidores, se estén tomando medidas para dinamizar la venta, ya sea con la fijación de objetivos, incentivos, *mentoring*, etc.

Caser ha continuado realizando un esfuerzo en diseño de productos que se integren en la actividad bancaria y sean adecuados para su perfil de clientes (productos híbridos, personalizados, paquetizados).



Equipo Bancaseguros.



### PÍO URBANO

Director de Negocio de Bancaseguros

#### ¿Qué retos se plantean para el modelo Bancaseguros en 2018?

Para continuar con la mejora del modelo de Bancaseguros 2.0, este año pondremos el foco en la dinamización de las redes para implantar medidas que ayuden a optimizar la capacidad de las redes de oficinas, con prácticas novedosas en incentivación, mentorización y comunicación.

También nos centraremos en la multicanalidad digital, para ser capaces de llegar al cliente digital con una oferta diseñada específicamente para él. Además, Caser y sus accionistas distribuidores tienen una enorme oportunidad de negocio en este segmento de clientes, combinando la capacidad técnica y de oferta de la Compañía y las estructuras especializadas de

los bancos. Por tanto, en 2018 hay que sentar las bases para poner más foco en este negocio, y dotarle de herramientas que permitan aumentar de forma significativa su posicionamiento y su cuota en el mercado.

#### ¿En qué quiere diferenciarse Caser como parte del sector de Bancaseguros?

Apostamos por “servicializar

los seguros”. De esta forma, podremos incrementar los contactos y experiencias con nuestros clientes con la seguridad de la excelencia en el propio servicio, lo que definitivamente contribuirá a la fidelización y ampliación de nuestra gran cartera de clientes. Este reto se desarrolla de la mano de Acierta, compañía del Grupo Caser.

Todo lo anterior contribuyó a que en 2017 se superase de forma clara lo previsto en el Plan Estratégico 2015-2019, además de la integración jurídica y tecnológica de la compañía aseguradora adquirida (UDG SG) en 2016 del Banco EspañaDuero.

Manteniendo el foco en la optimización del beneficio para los accionistas, se han dado importantes pasos para el cambio de modelo anteriormente mencionado. Hay varias líneas de actuación que están haciendo que Caser esté en la vanguardia de la Bancaseguros de nuestro país y, entre ellos, destacan la presencia en banca *online*, la relación con el cliente, la personalización y paquetización de la oferta, así como la forma de incentivar a las redes.

En banca *online* ya es una realidad la presencia de productos y servicios aseguradores de Caser en los canales digitales de la mayoría de los accionistas distribuidores socios, así como el apoyo de medios digitales a la comercialización de seguros de autos en oficinas, con la posibilidad de confirmar digital o telefónicamente, un presupuesto previamente dado por una oficina al cliente.

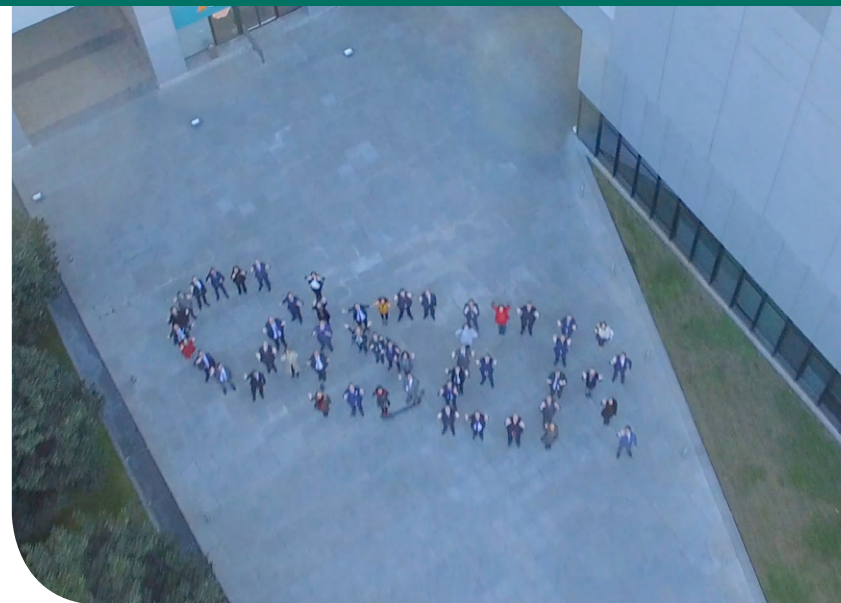
En la relación con el cliente, se ha trabajado tanto en la premiación de la vinculación y la fidelidad de los mejores (Programa Platino), como en la personalización de la oferta. En este sentido, se han creado las bases, tanto desde el punto de vista de inteligencia de negocio como tecnológico, para

que en un futuro próximo se personalice la oferta de autos, teniendo en cuenta el perfil del cliente tanto asegurador como bancario. Además, se ha puesto en marcha una herramienta que permite la venta simultánea –o paquetización– de varios productos a la vez, con ventajas interesantes para el cliente.

Puesto que las redes de oficinas bancarias son clave en la aproximación al cliente, se han diseñado modelos económicos de incentivación para los mejores prescriptores y se ha creado una plataforma tecnológica, que sirve también como nueva vía de comunicación.

En 2018 entrarán en vigor importantes cambios legislativos sectoriales, como la nueva Ley de Mediación (IDD), que exigirá nuevas adaptaciones para mejorar la transparencia y la confianza de los clientes. Desde el punto de vista estratégico, el reto es mejorar y consolidar el nuevo modelo bancoasegurador que ya se implantó el año pasado.

***En banca online ya es una realidad la presencia de productos y servicios aseguradores de Caser***



## Modelo Bancaseguros 2.0



## Grandes Cuentas

El Negocio de Grandes Cuentas y de *Brokers* cerró el ejercicio 2017 con 233 millones de euros en primas, superando en un 35% la cifra comprometida en el Plan Estratégico para 2019. Fueron especialmente relevantes los crecimientos de los ramos de Personales, Empresas y Autos, suponiendo las cifras del Negocio No vida el 21% del total de la Compañía. El patrimonio gestionado en Planes de Pensiones fue de 121 millones de euros, con crecimientos del 72%, iniciándose también la comercialización de los Servicios de Acierta Asistencia.

El año pasado se generaron más de 288.000 pólizas de nueva producción, consolidando una cartera de unas 800.000 pólizas (+12%) con más de 500.000 clientes. También se incrementó el resultado en un 34%, con más de 12 millones de euros de beneficio.

### PROSPECCIÓN

En las labores de prospección, se prestó especial interés a empresas de servicios de inversión, sector de Insurtech y Fintech, financieras de automoción y consumo, así como *utilities* del mundo de la



La Dirección Territorial Centro del Negocio de Grandes Cuentas.



**GERMÁN BAUTISTA CHAMIZO**

Director de Clientes y Negocio Grandes Cuentas

#### ¿Cómo es la relación del Negocio con sus Grandes Cuentas?

Con nuestros clientes, trabajamos una relación de socios más que de proveedores, identificando proactivamente soluciones de seguros y servicios. Nuestra prioridad es construir un negocio rentable y duradero en el tiempo, que además de generar ingresos recurrentes a nuestras Grandes Cuentas, les permita diferenciar su oferta de nuestras Grandes Cuentas de la de su competencia, fidelizando al cliente con un servicio de calidad.

#### ¿Qué aspectos destacaría de la actividad de *Brokers*?

Mejorar la ratio de conversión hasta alcanzar el 32% de las cotizaciones realizadas ha sido un punto de inflexión, pues significa que la aproximación se realiza cada vez de manera más acertada y efectiva. Lo anterior, combinado con el estudio más exhaustivo de los productos que hay que desarrollar para generar negocio rentable, ha contribuido al crecimiento de un 14% en este Negocio.

**El Negocio de Grandes Cuentas y de *Brokers* cerró el ejercicio con 233 millones de euros en primas**

energía. Se identificaron más de medio centenar de oportunidades comerciales, cerrando acuerdos como los de CoinScrap y Coverfy (*fintech*); GVC Gaesco, Gesem AV, Diaphanum SV y Valiro (empresas de inversión); DRK Energía (*utility*), y nuevos Planes de Pensiones con Selfbank, Triodos Bank, AIG, 360 Cora y Finizens.

### GRANDES CUENTAS

Dentro del negocio de las Grandes Cuentas, se lograron crecimientos del 7%, cerrándose acuerdos como el de servicios integrales de Energía Villar Mir, los programas de *renting* para Renault y Nissan, los programas de bienes de consumo de Yoigo y las alianzas con Redpiso o Prosegur, entre otros. También se inició la construcción de soluciones de seguros y/o servicios, por medio de iniciativas de co-creación con *partners*.

### GRANDES BROKERS

El Negocio de Grandes Bróker creció un 14%, siendo su prioridad la búsqueda de negocio rentable mediante la comercialización de productos de siniestralidad contrastada, o la diversificación de actividad en el mediador. La ratio de conversión sobre cotizaciones realizadas alcanzó el 32%, y se aumentó el volumen de solicitudes recibidas en más de un 10%. Los acuerdos más significativos fueron los de Agrotoe en el sector agroalimentario, la Agencia Negociadora en hipotecas, Repsol en la transformación de vehículos a GLP y la promotora Neinor.

### NEGOCIO DIRECTO

El Negocio Directo focalizó su actividad en la prospección y generación de alianzas con distribuidores digitales, la búsqueda de acuerdos en Banca Digital y en la fidelización y venta cruzada en la cartera de clientes directos. Se alcanzaron acuerdos con empresas como Pullmantur; en Banca digital con Wizink, y se desarrollaron productos innovadores como los microseguros *one click* en Asistencia en viaje, o soluciones de ahorro de gestión pasiva como Ahorrobot, primer plan de ahorro automatizado en directo.

### HERRAMIENTAS DIGITALES

A finales del año 2017 comenzó el despliegue de la Oficina Digital. Se trata de una herramienta web a disposición de los mediadores que dará solución a todas sus necesidades de producción y gestión de cartera con Caser. Importante evolución de la actual Web del Mediador, con un diseño más actual y totalmente *responsive*, reserva un gran espacio para los contenidos e incorpora dos mejoras operativas muy significativas: la ficha de cliente y los productos multitarificados.

También se creó el Portal Comercial 2.0, otra herramienta web para la red comercial, que permite a cada usuario obtener de forma dinámica y a través de una sencilla navegación, un cuadro de mando en relación al negocio y al presupuesto que gestiona, así como un análisis exhaustivo del mismo.



El equipo de Negocio Directo.

### Acuerdos y alianzas con los mejores

La exploración del mercado para generar nuevo negocio contribuyó a la firma de acuerdos con actores relevantes del mercado, que han ayudado a la diversificación de cartera y al incremento de las primas contratadas.

Los acuerdos con CoinScrap para desarrollar una *app* que redondea al euro más cercano cualquier compra pagada con tarjeta, y transfiere este capital a un seguro Vida Ahorro de Caser; así como con Coverfy, aplicación que ayuda a gestionar todos los seguros desde el móvil, o el desarrollo de productos innovadores como Ahorrobot, solución de gestión pasiva que se materializa en un plan de ahorro automatizado en directo, continuarán realizándose en 2018.