

14

SEGUROS GENERALES

Innovación en productos, coberturas y servicios



El equipo que ha trabajado para reforzar la oferta de Salud a través de la digitalización y la mejora de procesos.

Para el área de Seguros Generales, 2017 ha sido un año de gran desarrollo y crecimiento. Más allá de las primas, este crecimiento ha sido posible gracias a la innovación en productos, coberturas y servicios, con el firme objetivo de responder a las necesidades de los clientes. La puesta en marcha de herramientas para mejorar la comunicación y la percepción del servicio, así como la creación de coberturas más realistas con la situación del asegurado, contribuyeron al crecimiento en primas del 7% en No Vida, con un volumen total de 981,5 millones de euros.

AUTOMÓVILES

El crecimiento del volumen de primas y la superación de los objetivos de rentabilidad fijados a nivel presupuestario, fueron los principales logros del ramo de Automóviles en 2017. Las primas registraron un crecimiento del 4,4% respecto al año anterior y alcanzaron los 196 millones de euros.

El año se caracterizó por un ligero aumento de la frecuencia de siniestralidad, y se sintieron los efectos del baremo de daños personales que entró en vigor en 2016 y que provocó aumentos de costes en los siniestros corporales graves. Estos efectos se compensaron con las medidas tarifarias correspondientes, gracias a los cambios que se acometieron en las tecnologías de gestión del precio.

Entre los aspectos más destacables del año, están el lanzamiento del primer producto que utiliza la

tecnología del internet de las cosas (IoT) y la aplicación de nuevas tarifas basadas en modelos estadísticos avanzados, que personalizan el precio en función de las características personales de los clientes, lo que permite obtener un mejor resultado, al tiempo que aumenta la competitividad en los segmentos más interesantes.

ASISTENCIA EN VIAJE

La innovación de los seguros de Asistencia en Viaje ganó mucha relevancia en 2017. Prueba de ello fue la comercialización, con notable éxito, de una gama de seguros dirigida al cliente final –también disponible para grupos de agencias de viaje y turoperadores–, con tres niveles de cobertura diferentes, totalmente adaptados tanto a cada perfil de viajero como al destino al que se dirija.

Por otro lado, se han diseñado también nuevos productos de asistencia en carretera destinados al transporte profesional, tanto a nivel particular como flotas. En este tipo de productos, dadas las características de los vehículos asegurados, se pone un especial énfasis en la calidad de servicio prestado desde nuestro CRC propio, operativo las 24 horas del día y todos los días del año.

En 2017 se lanzó el primer producto que utiliza la tecnología del "Internet de las cosas" (IoT)



RAMÓN NADAL

Director Técnico de Seguros Generales

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

Innovación, digitalización y orientación al cliente han sido los ejes de todas las iniciativas desarrolladas en cada una de las áreas de Seguros Generales. El éxito de alcanzar los objetivos propuestos ha sido posible gracias al esfuerzo de todos los involucrados en las distintas áreas. Suyo es el éxito de haber crecido un 7% en No Vida, con un volumen total de primas de 981,5 millones de euros.

¿Qué innovaciones de producto han llevado a cabo en 2017?

Hemos sido muy activos en este sentido. En Automóviles destacaría la puesta en marcha del primer producto basado en el internet de las cosas, que aplica tarifas más competitivas

basadas en las características personales del cliente. En Asistencia en Viaje es destacable la creación de tres niveles diferentes de cobertura, adecuados para cada perfil de viajero y el destino al que se dirija. Asimismo, el lanzamiento de coberturas dirigidas a pymes, como Caser Cyber Protección, han significado grandes pasos en materia de innovación.

¿Qué proyectos se plantean para 2018?

Cada área tiene unos objetivos específicos que se pueden resumir y englobar en una frase: entender aún mejor al cliente para darle lo que necesita con la mejor calidad y el mejor servicio. Algo que sería imposible sin aprovechar las herramientas que pone a nuestro servicio la digitalización.



Parte del equipo de Caser Asistencia en Viaje, CASAVI, con su director, Ignacio Díaz-Pinés en el centro.

A nivel tecnológico, se certificó que el servicio de asistencia cumple con los requisitos necesarios para la atención de llamadas automáticas realizadas por vehículos conectados en los denominados sistemas "e-call".

El CRC de Asistencia en Viaje recibió en 2017 más de 240.000 llamadas y se prestaron 138.000 expedientes mecánicos y sanitarios. Dichas llamadas fueron atendidas en un 94% antes de 20 segundos.

PARTICULARES PERSONALES

El crecimiento de un 7% en las primas respecto al

año anterior, con un volumen de 52,6 millones de euros, es consecuencia de la utilización de todos los recursos de comercialización que posibilita actualmente el mercado (telemarketing, operaciones colectivas, digitalización...), junto con el desarrollo de productos relevantes. Asimismo, han sido claves el mayor desarrollo de los seguros de Accidentes y, en Decesos, el despegue del telemarketing más allá del negocio tradicional de Bancaseguros, en una experiencia más que positiva de diversificación a través del negocio de Grandes Cuentas, que sienta las bases del enorme potencial que arroja el producto para los años próximos.

MULTIRRIESGOS

Durante el ejercicio que nos ocupa, se desarrollaron múltiples trabajos enfocados a incorporar a los productos novedosas coberturas y servicios pensados para dar respuesta, por una parte, a las tendencias y necesidades de la sociedad actual y, por otra, a las demandas de la mediación.

Así, se ha extendido la cobertura de Caser Academia Online a los diferentes seguros de Hogar con el objeto de ofrecer este innovador servicio, que ofrece clases de apoyo o idiomas en un campus virtual a través de videoconferencias y con la ayuda de las pizarras digitales. Tras la buena acogida en Hogar, se realizó una adaptación de los servicios incorporándolos también al producto de Comercio. Adicionalmente, la mejora de la oferta continúa actualizándose, con productos como Hogar Protección, que se lanza en dos opciones: quinquenal y trienal.

La garantía de servicio de asistencia informática Ayuda Digital se incorpora igualmente en diversas carteras del producto de Hogar, con el fin de adaptar los servicios ofrecidos a una sociedad cada vez más conectada. También se renueva el producto AgroCaser Hogar, que asegura viviendas en zonas rurales y pequeñas explotaciones agropecuarias.

En cuanto a la colaboración y desarrollo de propuestas junto a la mediación, entre otras, se



7%

**DE CRECIMIENTO
EN PRIMAS
PARTICULARES
PERSONALES**



**MILLONES DE EUROS EN PRIMAS
DEVENGADAS EN EL NEGOCIO DE EMPRESAS,
UN 20% QUE EL EJERCICIO ANTERIOR**

lanzó un nuevo producto de Protección de Alquileres, que introdujo mejoras e incremento de límites en las coberturas existentes, incorporando nuevas garantías (algunas exclusivas en el mercado). Con ello se consiguió posicionar el producto entre los más competitivos del sector.

Caser comenzó a distribuir, junto a la compañía de seguridad y alarmas Prosegur, productos de Hogar y Comercios, aprovechando las sinergias que proporciona la alianza de dos marcas líderes en sus respectivos sectores y completando la oferta conjunta de prevención y protección.

EMPRESAS

La calidad del servicio y una clara orientación al cliente, complementos de una estricta suscripción muy enfocada, consiguieron un año más un importante desarrollo del Negocio de Empresas, alcanzando unas

primas devengadas de 158 millones de euros, que representan un crecimiento del 20%, muy por encima de la media del sector.

Consecuencia de este crecimiento, de la mejora de las acciones de retención y de la eficiencia en la vigilancia de cartera, el número de pólizas de nueva producción creció un 19% y la cartera en vigor más de un 9%

Paralelamente, una correcta gestión de la selección de riesgos permitió obtener un crecimiento del margen de contribución del 18%, que se tradujo en un incremento del resultado atribuible del 6,4%.

Dentro de los nuevos productos orientados a la pequeña y mediana empresa, destaca el lanzamiento de Caser Cyber Protección, que consiguió unas ventas en los últimos siete meses del año de más de 550 pólizas, lo que supone todo un récord de



VÍCTOR ALBI

Director de Empresas

¿A qué factores atribuye el éxito de 2017?

El crecimiento del año pasado se debe a un conjunto de acciones vinculadas a la mejora de la calidad de servicio y, por ende, a la retención de los clientes, además del esfuerzo en el aumento de las pólizas de nueva creación.

¿Qué papel ha jugado el control de calidad?

Ha sido primordial y esencial. En 2017 los certificados de calidad ISO 9001 para los procesos de suscripción y emisión de los seguros de Caución, Decenal, Multirriesgo PYME y Responsabilidad Civil Altos Cargos fueron renovados y se obtuvo para los procesos en el seguro de Responsabilidad Civil General.

mercado para un producto innovador, en el que el servicio al cliente y la prevención juegan un papel fundamental.

SALUD

En 2017 Salud creció un 5% y alcanzó los 124,9 millones de euros en primas. Además, se realizó un esfuerzo especial a través de acciones de comercialización y formación. El beneficio global de Salud creció un 15% con respecto al ejercicio anterior y el margen de contribución un 28%. El resultado cumplió el objetivo global en un 119% y las altas aumentaron un 9%.

La cartera de asegurados se incrementó gracias a que el número de altas creció un 16%, impulsado por la venta de seguro Dental (50%) y Pyme (13%). En 2017 continuó la mejora del *mix* de producto, disminuyendo el peso de Colectivos y aumentando en Autónomos y Particulares. Por último, el negocio de Clínicas continuó con su expansión en 2017 y se atendió a un 120% más de pacientes que en 2016 (7.147 pacientes en total).

Respecto a las novedades puestas en marcha el año pasado, Caser continuó apostando por la diferenciación e innovación, ofreciendo coberturas que suponen un ahorro para los clientes, coberturas que no son bien atendidas ni por la Sanidad Pública ni por la competencia. Un buen ejemplo de ello es la posibilidad que tienen los clientes de reembolsar



Sinergias con la Cartera de Seguros Dentales

El crecimiento de 44% respecto al año anterior en el número de asegurados, que superó los 37.000 gracias a la creación de sinergias entre los negocios de Seguro Dental y de Clínicas. El modelo de conversión de cliente en clínica a asegurado a través de la venta del tratamiento conllevó importantes beneficios.

Además, como parte de la mejora en el servicio ofrecido al cliente, se llevó a cabo una revisión de las franquicias dentales de las diferentes coberturas y productos: mejora de posicionamiento en el mercado de tratamientos relevantes (ortodoncias, prótesis, implantes), inclusión de nuevas técnicas y el favorecimiento de la transparencia de presupuestos para clientes.

En 2017 el número de clínicas dentales creció de seis a once.



MIGUEL AZPEITIA
Director de Salud

¿Qué pasos se han dado en la mejora de la calidad del servicio?

Además de seguir apostando por la innovación y la diferenciación como palanca para mejorar la calidad de servicio y el desarrollo de nuevas opciones de coberturas, hemos creado un espacio web de compra de servicios, "Caser Salud + Beneficios", para cubrir todas las necesidades del

cliente en cuanto a su salud, independientemente de que sea cobertura o servicio pagado por el mismo.

¿En qué consiste "Caser Salud + Beneficios"?

Con esta plataforma de servicios *online* buscamos complementar la cobertura ofreciendo un catálogo de servicios con

precios especiales por ser asegurado en servicios de nutrición, maternidad, genética y prevención. Bajo el lema: "Seguros + Servicios = Más Salud" queremos que cuando un asegurado tenga una necesidad de salud no cubierta por su póliza, nos solicite ayuda sin que piense en otra compañía para adquirir el servicio.



El Área Actuarial de No Vida con su director, Ángel Marín, en el centro.

los gastos de óptica, farmacia y vacunas infantiles, o de obtener cheques descuento en tratamientos dentales para cuidar su salud bucodental.

Para primar la calidad y la prestación de un buen servicio cuando más lo necesita el cliente, se desarrollaron diferentes ofertas novedosas en el mercado, como por ejemplo el “Pack Familiar”, a través del que se contempla la familia como un único riesgo, con prima tarificada en dos vertientes de cobertura (producto completo y producto básico). Otro ejemplo es la mini campaña “Black Friday de Salud”, que ha logrado excelentes resultados en todas las redes.

SEGUROS AGRARIOS

Si bien para el sector ha sido un año marcado por la alta siniestralidad, especialmente relevante por la sequía y las heladas que han afectado principalmente a los seguros de Uva y Cereales, los seguros agrarios continuaron con su evolución positiva y en 2017 crecieron un 4%, para aproximarse a los 137 millones de primas. De acuerdo con Agroseguro, el Grupo Caser fue en 2017 el primer aportador de negocio, con 173 millones de euros frente a los 146 millones de euros en 2016, alcanzando una cuota de mercado del 22,2%. El Grupo alcanzó un crecimiento superior al 18%, superando en más de 6 puntos al conjunto de Agroseguro (+12%).

Un año de Digitalización

El interés por hacer las cosas más sencillas, intuitivas y ágiles para los colaboradores y clientes, aportando valor a la cobertura de sus necesidades y mejorando las relaciones, es el mejor impulso para la Digitalización de Servicios de Salud. Por ello, en 2017 se trabajó en el desarrollo de nuevas funcionalidades y mejoras en e-cliente y en la app: acceso exprés sin necesidad de registro previo para la solicitud de autorizaciones médicas, solicitud de reembolsos y posibilidad de descargar los regalos comerciales de las campañas comerciales personalizadas para cada cliente y Negocio (cheque test de intolerancia, cheque dental) todo dentro de e-cliente.

También se trabajó en el desarrollo del espacio personal online “Mi salud”, que facilita a los asegurados gestionar todo lo relacionado con su historial médico, informes, patologías, recordatorios de citas médicas, registros de medicación y generación de códigos QR para casos de emergencia. Permite monitorizar la actividad física o el descanso, siendo compatible con dispositivos como Fitbit, Google Fit, Runkeeper o Withings y proponerse metas saludables. Además, esta iniciativa forma parte de la apuesta de Caser por los servicios de autocuidado y prevención, que cada vez tienen más protagonismo en la sociedad y un gran peso en el ámbito de las aplicaciones para móvil.

Por líneas de negocio, Agrocaser, relacionada con el mundo rural y actividades agropecuarias, registró un crecimiento en primas del 14%, hasta 11,6 millones de euros en 2017. También se trabajó en la ampliación de la oferta y se lanzaron dos nuevos productos: Explotaciones Agropecuarias y Turismo Rural.

PRESTACIONES

Como cifra más relevante en la gestión del pasado 2017, destaca el número de siniestros declarados. En total se abrieron en Seguros Generales 700.092 prestaciones, lo que supone un incremento de un 9,8% con respecto al año anterior, 63.012 expedientes más. Hogar, con 479.716 expedientes (un 11,6% más que en 2016) y Autos, 138.616 siniestros (un 12,4% más respecto al año pasado), son los productos de mayor volumen.

La lucha contra el Fraude generó un ahorro de 17,4 millones de euros (47% más que en 2016): 14,3 millones en los productos de Diversos y 3,1 millones de euros en Autos. En lo que respecta al Recobro, durante 2017 se recuperaron 35 millones de euros, 3,7 de ellos en Hogar, 28,9 en Autos y 2,4 en el resto de productos.

En el 79% de las prestaciones de Hogar intervino un reparador. En lo que respecta a Automóviles, los talleres colaboradores repararon 14.759 vehículos, el 38,5% del total. Además, las inclemencias meteorológicas tuvieron una especial incidencia en la siniestralidad del ejercicio 2017, siendo uno de los motivos que tuvo mayor impacto en el

incremento del número de expedientes declarados, especialmente en Hogar.

En total se gestionaron 37.446 siniestros por eventos climatológicos, un 42% más que en 2016. Dentro de las incidencias provocadas por los agentes naturales, destacó la tempestad conocida como TCA Kurt, ocurrida entre el 1 y el 8 de febrero del pasado año, que afectó a gran parte de la geografía peninsular. De hecho, el Consorcio de Compensación de Seguros estimó que Kurt generaría más de 40.000 siniestros. En Caser, esta TCA se tradujo en 3.675 prestaciones, con un impacto económico próximo a los tres millones de euros, asumidos por el Consorcio de Compensación de Seguros el 80%.

Para este tipo de eventos que requieren una respuesta perfectamente coordinada, Caser cuenta con un Plan de Crisis Meteorológicas, cuya activación preventiva está ligada al estudio de las alertas que remite dos veces al día Aemet, con quien la Compañía tiene un contrato de colaboración, al que este año se han sumado las estaciones meteorológicas de Meteocat (Servicio Meteorológico de Cataluña), Euskalmet (Agencia Vasca de Meteorología) y Meteogalicia (Servicio Meteorológico de Galicia). Además, este Plan se reforzó con la puesta en marcha de una nueva iniciativa de movilidad de empresas reparadoras, que consiste en facilitar que equipos especializados de operarios se desplacen a la zona afectada desde otras provincias, asegurando así una prestación del servicio rápida y eficaz.



FRANCISCO PICÓN

Director de Prestaciones de Seguros Generales

¿Cuáles han sido los avances en transformación digital del área de Prestaciones?

La transformación digital orientada al cliente solo es posible si trabajamos en la digitalización de nuestras herramientas y procesos internos. En este sentido, en 2017 avanzamos en la implantación de la videoperitación, con más de 1.300 prestaciones gestionadas mediante este sistema, que ya utilizan 4 de nuestros grandes gabinetes y que ha permitido reducir los plazos de gestión (la peritación es completada en menos de 5 días) y el coste medio, con una ratio de incidencias inferior al 1%.

¿Qué novedades se han implementado para mejorar la calidad y la orientación al cliente?

En los últimos años hemos abordado en Caser distintas medidas diferenciadoras con nuestros clientes Premium. En

lo que respecta a Prestaciones, esas medidas han estado encaminadas a mejorar los plazos de la prestación del servicio, incluso comprometiéndonos con el cliente por escrito. En 2017 dimos un paso más: poner en marcha una iniciativa para reducir las incidencias por disconformidad con el rechazo, motivo de mayor peso en el total de disconformidades registradas. El proyecto, basado en el estudio de todos los siniestros rehusados en 2016, logró reducir el peso de la incidencia por disconformidad con el rechazo en 3,7 puntos porcentuales, mediante la creación de un equipo especializado en la tramitación del rechazo, de elevada cualificación y orientado a la resolución de problemas, de modo que no solo comuniquen de forma correcta y empática la no cobertura del siniestro, sino que tengan capacidad de ofrecer al cliente soluciones alternativas.