

11 Negocios de Distribución

Fortalecimiento de redes y estructuras diversificadas centradas en el cliente

Convención
Comercial
celebrada en
las oficinas
de Caser
en Madrid.





LA APUESTA DE CASER POR UN MODELO DE DISTRIBUCIÓN ÚNICO, CENTRADO EN LA DIVERSIFICACIÓN, ES UNA DE LAS CLAVES DEL ÉXITO DE LA COMPAÑÍA, ASÍ COMO UNA GRAN CARACTERÍSTICA DIFERENCIADORA.

La estructura de los negocios de Agentes y Corredores, Bancaseguros y Grandes Cuentas, con un equipo especializado, y la orientación de cada uno de ellos hacia sus redes se ha convertido en una palanca firme para la comercialización de servicios y soluciones aseguradoras. >



Parte del equipo de la oficina de Valencia, formado por personas de distintas áreas de las direcciones de Agentes y Corredores y Seguros Generales.



IGNACIO MARTÍN
Director del Negocio de Agentes y Corredores

El año 2018 ha sido prometedor.

¿Qué esperan de 2019? Los resultados de 2018 nos han permitido superar el 18% de las primas totales del Grupo. Vamos por buen camino y nuestro objetivo este año como parte de Caser es continuar generando un crecimiento rentable a través de la eficiencia comercial y operativa con la implantación de una oficina inteligente y las mejoras en el autoservicio al mediador; continuar con el desarrollo de la iniciativa Agente Digital y Comercial Digital, incremento de la vinculación del cliente y de la efectividad de las campañas. He mencionado retos importantes que serían inalcanzables si no tuviésemos en cuenta las iniciativas en formación. El año pasado se impartieron más de 200 mil horas lectivas a más de 6.000 asistentes. En 2019, entre otras acciones, adecuaremos toda la formación de agentes al Nivel 2, desarrollaremos el plan Formación Futura 2019 para la captación de los responsables

comerciales de nueva incorporación, se mejorará el Aula Virtual, así como la capacitación comercial en la venta de los productos de Inversión basados en Seguros de Vida tanto para responsables comerciales como mediadores.

¿Qué cambios conlleva el anteproyecto de distribución de seguros y reaseguros privados?

Se trata de la trasposición de una directiva europea que tiene como fin reforzar la transparencia, incrementar la protección al cliente y fomentar la competencia equitativa para todos los operadores del sector. En 2018 hemos trabajado sin pausa para adaptarnos a esta normativa que introduce cambios importantes como la limitación del tipo de remuneración que pueden recibir los corredores de las entidades aseguradoras, así como nuevas obligaciones sobre la documentación e información de los productos.



Negocio de Agentes y Corredores

El aumento del volumen de primas en 16 millones respecto a 2017, hasta superar los 275,2 millones de euros en 2018, es solo una muestra de los grandes logros alcanzados el año pasado. En el negocio de No Vida el volumen de primas ascendió a 185,7 millones de euros y 89,5 millones de euros en el de Vida.

En este sentido, los crecimientos experimentados por el Negocio de Agentes y Corredores han sido muy superiores a los obtenidos por la media del sector.

Entre los soportes del crecimiento del Negocio de Agentes y Corredores cabe destacar el fuerte incremento de las primas de nueva producción de No Vida, cercano al 10% respecto al año anterior, por acciones desarrolladas, fundamentalmente, a través de las Redes de Agentes, Desarrollo, Expatriados y Canarias. Además, la importante consolidación de mediadores con carteras de No Vida superiores a 100.000 euros y el buen comportamiento de los ramos de

Vida y Empresas han contribuido de manera importante a alcanzar la diferencia.

En 2018 las primas intermediadas por agentes superaron el 62% del total, tal como se contempla en el plan estratégico y un punto porcentual por encima de los presupuestado para dicho ejercicio. El crecimiento en primas de las Direcciones de Agentes, Desarrollo, Expatriate y Canarias, la evolución de los nuevos nombramientos y la mejora de la >

Las estructura de los negocios de Agentes y Corredores, Bancaseguros y Grandes Cuentas es una firme palanca para la comercialización

El Negocio de Agentes y Corredores registró un crecimiento en Vida del 6,2% frente al 1,3% del sector. En No Vida, el incremento del 4,7%, aparte de superar en casi un punto al sectorial, incluye crecimientos muy relevantes en algunas de las Agrupaciones que componen este Negocio, como es el caso de Empresas y Personales, en las que se ha crecido 7% y 12% respectivamente.

INNOVACIÓN, OFICINA INTELIGENTE, AGENTE Y COMERCIAL DIGITAL

La innovación también ha venido gracias a la incorporación de herramientas digitales como el proyecto, dentro de la iniciativa de Oficina Inteligente, de automatización de tareas en oficinas basada en un módulo de Inteligencia Artificial.

De esta manera, permite centralizar y priorizar las peticiones en un buzón, la asignación automática de las tareas, la mecanización de las respuestas mediante un sistema de plantillas, análisis de contenidos y extracción de información para la automatización de las respuestas y aperturas de tareas en las aplicaciones a través de un módulo de Inteligencia Artificial, así como la obtención de estadísticas.

Asimismo, se ha continuado con el desarrollo del Agente Digital, dotando a este portal del mediador con más capacidades para la generación de negocio, con el fin de que puedan llevar a cabo sus propias campañas de venta cruzada mediante medios digitales.

En la misma línea, se ha implantado Comercial Digital, una herramienta que combina soluciones digitales y Medios Audiovisuales de Gestión y que facilita, entre otras, la gestión de la agenda, la planificación y seguimiento de visitas según el protocolo de actuación de la Red Comercial; gestión de prospectos, perfiles y alta de mediadores con firma digital, cuadros de mando y fichas para el seguimiento de la actividad del mediador.



productividad de la Red con el incremento de agentes de segmentos platino, oro y plata, han sido los motores que han impulsado el crecimiento de las primas para el Negocio.

En las pólizas de nueva producción la palanca de crecimiento ha sido el fuerte impulso de la Red Comercial que ha logrado incrementar en 21.000, 17% más respecto a 2017, este tipo de pólizas, sumando 8,5 millones de euros en volumen de primas. La mejora de la productividad de la Red así como los planes de negocio llevados a cabo con los agentes,

La Red Comercial ha impulsado el crecimiento en pólizas de nueva producción un 17% sobre 2017

los acuerdos con corredurías y el aumento de la eficiencia de las campañas han sido los catalizadores de este incremento.

En cuanto al mix de Particulares y Empresas, seguros prioritarios para el área tanto por la estabilidad que suponen para la misma como por su ayuda para la optimización del resultado, se ha alcanzado un 32,6% (+ 1% por encima del cierre de 2018) a través de las acciones comerciales centradas en acuerdos y protocolos y el éxito de las campañas desarrolladas.



Parte del equipo de Agentes y Corredores de la oficina de Madrid.

Actualmente las pólizas en cartera superan los 546.000, un 9% más respecto al año anterior, principalmente debido al incremento de la nueva producción unido a las acciones de venta cruzada que han permitido aumentar la ratio de pólizas por cliente.

546.000
PÓLIZAS EN CARTERA
EN VIGOR, UN 9%
MÁS QUE EN EL
EJERCICIO ANTERIOR



Negocio de Bancaseguros

Durante el ejercicio pasado, el negocio continuó su avance hacia la Bancaseguros 2.0 con la dinamización de las redes, la digitalización y el desarrollo del negocio de empresas. Por tanto, 2018 ha sido un año cargado de novedades y que ha arrojado resultados positivos. En cifras, se ha cerrado el ejercicio con unas primas de 603,5 millones de euros (+2,7%).

Para aumentar su valor como aliado ante los bancos, Caser ha implantado una plataforma *online* con información sobre potenciales clientes de empresas

El crecimiento en el negocio procedente de entidades vinculadas ha sido de un 6,3%, muy superior al 3,9% del mercado. El margen técnico financiero antes de impuestos ha sido de 62,6 millones de euros, lo que supone una rentabilidad del negocio sobre primas imputadas del 10,5%. Además, dentro de la estrategia definida junto con Ibercaja, se ha producido la integración en Caser de la compañía CAI SG.

La dinamización de las redes, un apartado importante del Plan Estratégico 2018-2022 en el área de Bancaseguros, ha conllevado el

avance en la evolución del modelo de negocio para fortalecer la venta de seguros en las redes bancarias con iniciativas concretas.

En 2018 se llevaron a cabo cambios en el modelo de incentivos y se implantó una Plataforma de incentivación que ayuda a los empleados de los bancos a mejorar su productividad. Además, se implementaron proyectos para mejorar la percepción sobre Caser en las redes bancarias, y se incluyó un comparador de las coberturas de los productos en el sistema de comercialización.

En pro de la digitalización, en los anteriores ejercicios se crearon capacidades para la oferta digital aseguradora en los bancos. En 2018 se continuó por esta vía con el diseño de una estrategia digital para complementar la venta en oficina y que la experiencia del cliente sea homogénea entre canales.

Entre los avances alcanzados, pueden destacarse el diseño y plan de implantación de una estrategia digital, teniendo en cuenta la función de cada canal y contemplando una experiencia de cliente óptima. Asimismo, se cerró el ciclo de ayudas a la venta digital en las oficinas de productos masivos, con la implantación de la confirmación *online* de hogar y salud. >



**JOSÉ
MANUEL
NIETO**
Director de
Negocio de
Bancaseguros

La omnicanalidad es clave en Bancaseguros. ¿Qué pasos dará el negocio en 2019? La intención es continuar con su desarrollo e incrementar la complementariedad de los diferentes canales. Desde Bancaseguros se acometerá todo el apoyo necesario a los bancos, para mejorar sus canales digitales (banca *online* y *app's*) de manera que la oferta aseguradora de Caser sea homogénea en cada entidad y se satisfaga al cliente bancoasegurador con una buena experiencia de cliente.

¿Qué papel desempeña la digitalización en la omnicanalidad? Son dos conceptos que están vinculados y que no pueden existir actualmente de forma separada. En este sentido queremos ser socios tecnológicos de las entidades para desarrollar juntos nuevos modelos de negocio en el entorno digital. Ya sea a través del móvil o de la banca *online*, queremos incorporar estos canales digitales para el inicio de la venta, pero siempre cuidando la experiencia del cliente y ofreciendo servicios de valor añadido para aumentar la vinculación con los ellos.



Bancaseguros se desarrollará sobre tres pilares básicos: digitalización y tecnología con foco en el cliente, cercanía y proximidad a las redes y un equipo de gestión con alta orientación a resultados

Para contribuir al desarrollo del negocio de empresas dentro del segmento Bancaseguros y que Caser sea considerado por los bancos un aliado de valor, se ha implantado una plataforma *online* con información sobre potenciales clientes y se ha perseverado en la implantación de las acciones planificadas en el Plan Estratégico 2018–2022. En paralelo, se han seguido desarrollando proyectos de cara

a 2019 y futuros ejercicios que consoliden el nuevo modelo bancoasegurador de Caser.

Los avances en este segmento estarán orientados hacia el refuerzo del modelo omnicanal donde el cliente o usuario pueda tener un vínculo digital sin renunciar al apoyo que prestan las redes de las oficinas bancarias.



PRÓXIMOS PASOS

En 2019 la omnicanalidad continuará como estructura clave a la vez que se acelerará el cambio para incrementar el negocio y crecer por encima de la media en el área de No Vida. En este sentido se buscará mejorar el *time to market* e implantar definitivamente la personalización en la oferta en los principales productos. Esto nos permitirá adaptarnos más fácilmente a la demanda y llevar la innovación a nuestros clientes de una forma más ágil y efectiva.

Los tres principios básicos que impulsarán el crecimiento del negocio serán la digitalización y tecnología con foco en el cliente, como columna vertebral de las acciones que se desarrollarán en los próximos años; la cercanía y proximidad a las redes, optimizando los distintos canales que ponen a disposición los bancos vinculados a Caser. Además, se contará con un equipo de gestión con alta orientación a resultados en todas las áreas que aglutinan el negocio de Bancaseguros.



Negocio de Grandes Cuentas

2018 fue un año muy satisfactorio. No sólo se logró el cumplimiento presupuestario en primas y resultados, sino que también se desarrolló una gran actividad comercial, prospectando un gran número de clientes y cerrando acuerdos de distribución con un componente innovador, tanto en el diseño de productos como en las distintas modalidades de distribución.

El área de Grandes Cuentas y Brókeres cerró el pasado ejercicio con 256 millones de euros en primas y un crecimiento del 10% respecto al año anterior. Igualmente, y por quinto año consecutivo, incrementó la cuota de negocio dentro de Caser en No Vida, hasta alcanzar una participación del 21%. En planes de pensiones, el cierre fue de 147 millones de euros de patrimonio gestionado, con crecimientos del 22% respecto a 2017.

Grandes Cuentas y Brókeres cerró el ejercicio con 256 millones de euros en primas y un crecimiento del 10% sobre 2017

También los resultados alcanzados fueron muy positivos con respecto al año anterior, representando ya el 22% del resultado de la Compañía en la distribución de seguros. La captación de negocio fue de más de 485.000 pólizas de nueva producción, constituyendo una cartera de 1.172.000 pólizas.

Innovación y cocreación

La prioridad de este área de Negocio es ayudar a las Grandes Cuentas a alcanzar sus objetivos presupuestarios, enriquecer su oferta de valor al mercado, diferenciarse de su competencia, fidelizar a sus clientes finales y generar ingresos recurrentes por medio de comisiones o facturación de servicios.

Para ello, se analizan de forma sistemática aquellas tendencias que pueden afectar más a sus industrias —IoT (internet de las cosas), movilidad, demografía, conectividad, Big Data o digitalización, entre otras—, identificando necesidades no satisfechas y cubriéndolas con soluciones aseguradoras o de servicio. Este ejercicio de innovación se realiza aplicando la metodología de desarrollo de productos *Design Thinking* o mediante la cocreación de soluciones, lo que supone una verdadera diferenciación en el sector, al no existir aproximaciones similares en el mercado de la distribución de seguros en España. >



GERMÁN BAUTISTA

Director de Clientes y Negocio Grandes Cuentas

¿Qué hito destacarías del Negocio de Grandes Cuentas en 2018?

Han sido muchos y no resulta fácil ni justo primar uno respecto al resto. Por su trascendencia y resultados, destaco el grado de cumplimiento del Plan Estratégico 2015/2019 al cierre del 2018.

¿Cómo se ha desarrollado?

Con crecimientos medios superiores al 20% en los últimos cuatro años, al cierre del 2018 no solo se superó en un 36% la cifra comprometida para el ejercicio, sino que se incrementó para superar en un 27% los objetivos previstos hasta los 256 millones de euros para el 2019. Estos crecimientos son especialmente positivos por el importante peso de las primas únicas.

Adicionalmente, también es importante destacar que año tras año el Negocio de Grandes Cuentas ha ido adquiriendo mayor peso en cuento a su representación en primas de No Vida y aumentando de forma significativa los resultados y la aportación al total de los beneficios de la actividad de seguros, que se ha incrementado significativamente en los últimos años.

¿Cómo ha resultado posible?

Identificando una metodología innovadora de la que obtenemos iniciativas por distribuidor, producto y responsable comercial. en paralelo, actuando de forma sistemática, rigurosa y confiando en el talento del equipo.



Germán Bautista e Ignacio Eyríès, de Caser, tras la firma del acuerdo con los representantes de Nationale Nederlanden.

Durante 2018 se han desarrollado, entre otras, soluciones IoT: *Coche conectado* para el Grupo Renault, *Moto conectada* para corredores especialistas, *Hogar conectado* para Mundo Telco y *Personas conectadas* para Vodafone. También soluciones de Movilidad, como *Garantía mecánica particulares* para Santander Consumer y *Renting empresas* para Mercedes

y Renault, así como aproximaciones de *renting* particulares para financieras fabricantes, soluciones de conectividad como el Producto tecnológico para Wizink, garantías primarias y extensiones de móvil para Más Móvil, Cobertura Integral Hogar para El Corte Inglés y microseguros como Asistencia viajeros de ALSA.

Igualmente se cerraron acuerdos con Assist Card para el diseño conjunto de seguros de asistencia en viaje y a medida por medios *online*, con el nuevo banco digital Pibank para la venta de seguros de Hogar y Vida; con Nationale Nederlanden para la comercialización, por sus redes de Vida, de los seguros de Comercios, Pyme y responsabilidad civil en formato digital o con Isalud para la venta digital de seguros de salud entre particulares.

Transformación digital y humana

La actividad del área de Grandes Cuentas ha sido intensa desde el punto de vista de la creación de productos, así como por la importante transformación humana y digital. En este sentido, se ha dotado de equipos informáticos y aplicaciones, así como de la formación y la metodología adecuadas para mejorar su eficiencia, con el fin de entrar de lleno en el nuevo contexto de la gestión del trabajo colaborativo y digital.

En 2018 se inició una experiencia piloto con tecnología *chatbot* aplicada a la Oficina Digital, dando soporte a la Red de Distribución. Este paso es un avance inicial que permitirá escalar sus resultados a toda la Compañía y, al mismo tiempo, analizar la integración en las nuevas tendencias de inteligencia artificial y tratamiento de voz aplicado al soporte al cliente.