

Línea Directa Aseguradora no parece estar en crisis. La compañía del teléfono rojo ha logrado aumentar su beneficio hasta los 128,5 millones de euros, volviendo a batir su propio récord por tercer año consecutivo. La clave, según su consejero delegado, está en una estrategia de especialización y multimarca que está dando unos resultados excelentes, gracias a dos productos muy innova-

dores, Nuez y Penélope Seguros, que están teniendo una gran acogida en el mercado. También hay que destacar el comportamiento de su área de negocio de Hogar, que sin recurrir a compras ni adquisiciones y en sólo seis años y medio, cuenta ya con más de 300.000 clientes. Su siniestralidad está entre las más bajas del sector y su rentabilidad, entre las más altas.

Miguel Ángel Merino, consejero delegado de Línea Directa

“La crisis ha multiplicado por dos el fraude en el seguro del coche”

■ **Esmeralda Gayán**

— **Línea Directa ha vuelto a batir un récord de beneficios. ¿Cuáles son las claves del éxito de sus buenos resultados?**

— La clave fundamental de nuestro éxito reside en nuestro modelo de negocio, más eficiente, versátil y flexible, ya que, al carecer de intermediarios y de redes de oficinas, permite trasladar al cliente un gran ahorro sin disminuir la calidad.

Además, en los últimos años hemos puesto en marcha una estrategia de especialización y multimarca que está dando unos resultados excelentes, gracias a dos productos muy innovadores, Nuez y Penélope Seguros, que están teniendo una gran acogida en el mercado.

También hay que destacar el comportamiento de la Línea de Negocio de Hogar, que sin recurrir a compras ni adquisiciones y en sólo 6 años y medio, cuenta ya con más de 300.000 clientes.

— **Hogar se ha convertido en el motor de crecimiento de la compañía. ¿Qué recorrido tiene la compañía en este ramo?**

— Pese al entorno económico vivido en los últimos años, en el que el mercado hipotecario y el negocio de la construcción son dos de los sectores más afectados por la crisis, el ramo de Hogar ha tenido un muy buen comportamiento.

Aun así, las perspectivas no son demasiado buenas, ya que desde hace aproximadamente dos años, el ramo de Hogar está comenzando a dar síntomas de fatiga. De hecho, el sector cerró 2013 con un crecimiento de tan sólo un +0,7%, un indicador muy alejado de sus mejores cifras.

Pese a ello, Línea Directa sigue consolidándose como un caso único en este ramo, con más de 300.000 clientes logrados póliza a póliza, por lo que seguiremos apostando fuerte por un negocio absolutamente estratégico para nosotros.

— **La caída de las pólizas de automóvil es una tónica en todo el sector asegurador. ¿También en el caso de Línea Directa? ¿Cómo combate dicha caída?**

— Al ser un seguro obligatorio, el número de pólizas de autos ha permanecido más o menos estable a lo largo de la crisis. Lo que sí ha afectado notablemente al resultado de las aseguradoras ha sido el descenso de facturación, que ha sido muy notable. Este fenómeno se ha debido, fundamentalmente, a dos razones: al desplome en las ventas de vehículos nuevos, que suelen acaparar el mercado de los “Todo Riesgo” y el trasvase de las coberturas más completas a las más sencillas. En este sentido, hay que tener en cuenta que, en la actualidad, España posee unos de los parques automovilísticos más antiguos de la Unión Europea, ya que el 50% de

los coches tienen más de 10 años, una circunstancia que incide directamente en el tipo de seguro que se contrata.

Línea Directa no ha sido ajena a estos condicionantes externos y también ha visto reducida su facturación en los últimos años, pero siempre por debajo de la media del sector. Gracias a nuestro modelo de negocio, a nuestra política de especialización y multimarca y nuestra potente suscripción del riesgo, hemos logrado ganar mucho más ingresando un poco menos.

— **Línea Directa tiene pensado dar el salto a otros ramos para ser una aseguradora “verdaderamente grande”. ¿A qué ramos y bajo qué estrategia?**

— En principio, apostamos por el crecimiento orgánico para llegar a los 900 millones de facturación y a las 3 millones de pólizas, que es nuestro objetivo a medio plazo. Para lograrlo, una de las opciones más factibles y naturales es convertir a Línea Directa en una compañía multiramo, pero siempre con dos condiciones: que se trate de un ramo con volúmenes masivos y que permita la distribución directa.

En este sentido, para nosotros es fundamental que los nuevos ramos permitan la desintermediación, que es el rasgo diferenciador de nuestro modelo de negocio. Por otra parte, Línea Directa es una compañía de consumo masivo, por lo que de entrar en otro ramo, necesitaríamos un sector de grandes volúmenes.

— **Los productos especializados como Penélope o Nuez se han convertido en productos “estrella” de la compañía. ¿Qué evolución esperan de ellos?**

— Ambos productos están encontrando una respuesta excelente por parte de los conductores. Nuez es un producto único en el mercado que reúne tres seguros distintos (coche, moto y hogar), en una póliza con un único vencimiento y a un precio realmente imbatible. Además, cuenta con una enorme comunidad

“Queremos batir por cuarto año consecutivo nuestro récord de beneficios, recuperando el crecimiento en Autos y apostando por los nuevos productos multimarca”

en las redes sociales, gracias a los llamados “Retos Nuez”, a través de los que cualquier persona, sea o no cliente de la marca, puede proponer la financiación colectiva de un proyecto de interés común o particular. De esta forma, por cada voto que el reto reciba en Facebook, Nuez da hasta 7 euros para poner en marcha la propuesta.



F. MORENO

AL TIMÓN

Miguel Ángel Merino nació en Madrid, en 1959. Realizó sus estudios de Derecho en la Universidad Complutense de Madrid y completó su formación en la Escuela de Seguros de Madrid y el Instituto de Estudios Superiores de Seguros. Antes de formar parte del equipo directivo de Línea

Directa, fue durante 17 años director de Automóviles y director de Siniestros en La Equitativa A su actual cargo como consejero delegado de Línea Directa Aseguradora, cargo al que accedió en enero de 2014. Anteriormente, sustituyó a María Dolores Dancausa, actual consejera delegada de Bankinter, como

director general del Grupo Línea Directa en octubre de 2010. Ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en esta compañía a la que se incorporó en 1995 como director del Área de Gestión de Accidentes. En 2007 asumió el cargo de director de Línea Directa Asistencia, filial de servicios del Grupo.

— **La siniestralidad de Línea Directa es una de las más bajas del sector. ¿A qué es debido?**

— Básicamente, a nuestro modelo de tarificación, que al tener en cuenta una gran cantidad de variables a la hora de ofrecer precio, como el tipo de vehículo, la zona de circulación, el historial siniestral o la edad y la profesión, es capaz de ofrecer a cada cliente el producto y la tarifa más adecuada.

Esta baja siniestralidad, que en 2013 fue apenas del 68,7%, unida a una gran eficiencia de todos nuestros procesos de negocio, nos ha permitido cerrar el pasado ejercicio con un ratio combinado del 87,7%, uno de los más bajos de todo el sector asegurador. O dicho de otra manera: aunque nuestros ingresos financieros son excelentes, nuestra mayor fuente de rentabilidad sigue siendo el negocio asegurador, algo que está dejando de ser común en el sector.

— **¿Qué coste tiene el fraude para el sector?**

— La principal conclusión del último informe de Línea Directa es que la crisis ha multiplicado por dos el fraude al seguro de Autos en España. De hecho, según nuestros datos, 4 de cada 100 siniestros declarados son un intento de estafa, lo que supone el doble que hace sólo 4 años.

En cuanto al coste sectorial,

“Penélope es un producto especialmente pensado para conductoras en cuya elaboración han participado más de 500 mujeres y que está teniendo gran éxito”

según nuestras estimaciones, ha crecido casi un 30% respecto a hace dos años, hasta superar los 1.000 millones de euros anuales. Este coste lo pagan todos los conductores, ya que cada póliza tiene un sobrecoste de 38 euros por culpa de los asegurados que engañan a las compañías. Casi tres millones de conductores españoles reconocen haber cometido un fraude al seguro alguna vez en su vida y cerca de 9 millones no lo consideran una práctica de gravedad.

— **¿Cómo cree que va a evolucionar el sector asegurador a lo largo de este año? ¿Qué ramos cree que se comportarán mejor?**

— Es arriesgado decirlo, pero hay que tener en cuenta que el sector asegurador tarda en reflejar en sus cuentas las mejoras del entorno económico. Por eso, aunque algunas cifras como las ventas de coches nuevos puedan hacer pensar que estamos ante el inicio de la recuperación, aún es pronto para sacar conclusiones. Nuestro objetivo es que, poco a poco, el ramo de autos vuelva a la senda del crecimiento, pero siendo conscientes de que no va a ser una tarea sencilla.

— **Por último, ¿cuál es el objetivo de Línea Directa en el mercado asegurador español para este ejercicio?**

— Queremos batir por cuarto año consecutivo nuestro récord de beneficios, recuperando el crecimiento positivo en Autos y afianzando las nuevas apuestas multimarca.

Además, durante este año, queremos convertir a nuestra recién creada Fundación Línea Directa en un gran punto de reunión de todos aquellos que, día a día y año tras año, luchan en favor de la seguridad vial. Para ello, seguiremos realizando estudios sobre diversos aspectos de la conducción, promocionando la innovación en materia de seguridad en carretera.

Penélope, por su parte, es un producto especialmente pensado para conductoras en el que han participado más de 500 mujeres en su elaboración y puesta en marcha. Para ello, hemos organizado numerosos focus group y hemos analizado la ingente información que nos facilita el propio modelo directo, lo que nos ha permitido

identificar los productos y servicios que más demandaban las conductoras de nuestro país. Entre ellos se encuentran la cobertura de Robo de Bolso, de Asistencia en Carretera a Embarazadas o el servicio de gestión de las revisiones del coche (CAR Agenda), que están encontrando una gran acogida entre las conductoras.