

Línea Directa Aseguradora S.A.

25

AÑOS

DE IMPACTO

**de Línea Directa
Aseguradora**



Línea Directa Aseguradora, S.A.
Calle Torres de Quevedo, 1. 28760 Tres Cantos, Madrid

<https://info.lineadirecta.com>

Documento elaborado por el Área de Comunicación y Sostenibilidad
de Línea Directa Aseguradora.

Para cualquier consulta, puede dirigirse al mail:
comunicacion.externa@lineadirecta.es

O en el teléfono:
91 807 20 00




ÍNDICE

Carta del Presidente	6
Carta del Consejero Delegado	8
Un poco de historia	10
Un poco de historia	12
Cómo era España en 1995	14
Reinventando la forma de hacer seguros	20
El sector asegurador hace 25 años	22
Línea Directa Aseguradora, un modelo de negocio disruptor	25
25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora	26
Línea Directa Aseguradora, 25 años de impacto	28
Una marca icónica. Innovación, frescura y cercanía	30
Hitos y evolución de cifras	34
Iniciativas pioneras	36
¿Sabías que...?	38
Impacto financiero y contribución fiscal	40
Impacto laboral	42
Línea Directa Aseguradora al futuro	44
¿Y ahora qué? Nueva era Línea Directa	46
Salida a Bolsa	46
Más digitales, más útiles	46
Nueva era, nuevas tendencias y tecnologías	47
Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora	52
Acciones para empleados y clientes	54
Acciones para clientes	55
Línea Directa Aseguradora, 25 años de compromiso	56
Impacto social	58
Fundación Línea Directa	58
Impacto medioambiental	62
Reconocimientos, compromisos y adhesiones	63

Carta del Presidente

Alfonso Botín-Sanz de Sautuola




Nadie, ni si quiera los más optimistas, podría haber imaginado **en 1995, cuando Línea Directa vio la luz como una “start up”** en el ámbito asegurador español, que solamente 25 años después sería **una compañía con más de 3,2 millones de clientes, más de 2.400 empleados, una facturación que la coloca entre las 13 primeras compañías aseguradoras de No Vida de España, y a punto de salir a cotizar al mercado continuo español.**

Hace ahora un cuarto de siglo que mi padre, Jaime Botín, vio la posibilidad de desarrollar en España una compañía de seguros de base tecnológica, totalmente disruptiva en cuanto al modelo de negocio, **vendiendo seguros de coche directamente al cliente**, sin intermediarios ni red de oficinas, lo que permitía trasladar un ahorro considerable a la prima de los asegurados. Esto suponía dar un giro radical al modelo tradicional de distribución de seguros vigente en España, si tenemos en cuenta que en 1995 solo el 2% de la población tenía teléfono móvil y la suscripción de productos financieros se hacía en exclusiva a través de grandes redes de oficinas y de mediadores.

Línea Directa Aseguradora nació como una “joint venture” al 50% entre Bankinter y Royal Bank of Scotland (RBS), propiciada por dos grandes empresarios, Jaime Botín, que por entonces presidía Bankinter, y Peter Wood, una persona visionaria, creadora de Direct Line, aseguradora británica perteneciente al RBS, que sirvió como inspiración. Más tarde, en el año 2009, ante la crisis económica mundial, el RBS fue nacionalizado y Bankinter adquirió el otro 50% pasando así a ser el propietario y accionista único de la compañía.

Uno años antes, en 2005, tuve el honor de ser nombrado Presidente de la compañía y a lo largo de este tiempo he asistido con pasión y entusiasmo al crecimiento imparable de Línea Directa. Así, hemos logrado la confianza de **más de tres millones de clientes** y hemos conseguido consolidarnos como una de las marcas más reconocidas y con mejor reputación en la industria del seguro por los consumidores. Facturamos ya **cerca de 900 millones de euros anuales**, y lo que es más notable: somos una de las aseguradoras más rentables, con un ROE (retorno de la inversión) del 35%



A todo ello hay que añadir el impacto cualitativo de nuestra actividad: Línea Directa Aseguradora ha venido siendo y es el gran dinamizador comercial y el referente en innovación y digitalización del sector asegurador español, es un ejemplo de sostenibilidad y empleabilidad en el ámbito empresarial nacional, y es una potente fuente de riqueza para el país, como demuestran los datos aportados en el presente informe.

“Línea Directa Aseguradora es el gran dinamizador comercial y el referente en innovación y digitalización del sector asegurador español, un ejemplo de sostenibilidad y empleabilidad y una potente fuente de riqueza para el país.”

Línea Directa Aseguradora es una verdadera historia de éxito, y es justo ahora, en este 25 aniversario de la compañía, cuando su accionista, Bankinter, ha tomado la decisión de sacarla a Bolsa, lo que supone no solo un desafío, sino también un suma y sigue en una etapa de madurez de un proyecto que aspira a seguir creciendo, innovando y contribuyendo a nuestra sociedad con la misma filosofía que lo ha hecho siempre: con entusiasmo, con audacia y con rigor.

“La salida a Bolsa supone el colofón a una intensa etapa de madurez de este proyecto que aspira a seguir creciendo, innovando y contribuyendo a nuestra sociedad con la misma filosofía: con entusiasmo, con audacia y con rigor.”

No puedo acabar de escribir estas líneas sin acordarme de todas las personas que han hecho posible este gran éxito, tanto las que están hoy como las que han participado en el pasado, y trasladarles mi inmensa gratitud por un trabajo bien hecho.

Carta del Consejero Delegado

Miguel Ángel Merino

Conservo enmarcado con orgullo en la pared del despacho el primer parte de accidente que nos comunicó un cliente de Línea Directa Aseguradora. Como director de Siniestros de la compañía que acabábamos de fundar, me encargué personalmente de tramitar la reparación al usuario de aquel Mazda. Cuando en 1995 los asegurados nos llamaban los reconocíamos inmediatamente por la marca y el modelo de su coche. ¡Tenemos una llamada del cliente del Renault Laguna! ¿Alguien se ha puesto en contacto con el del Opel Kadett?, se oía de repente en la salita. De ese pequeño proyecto de negocio creado desde cero en un rincón de un antiguo edificio corporativo de Bankinter **hemos crecido hasta convertirnos, en solo 25 años, en una compañía con 3,2 millones de clientes y más de 2.400 empleados**, somos un referente en la venta por teléfono e Internet en el sector asegurador español, y en breve seremos la tercera aseguradora española que cotiza en Bolsa.



Es positivo dedicar un momento de vez en cuando a echar la vista atrás y hacer balance. Y el 25 aniversario de la compañía nos parecía un buen momento. No pocos dijeron cuando echamos a andar que estábamos locos si creíamos que podíamos tener éxito vendiendo pólizas por teléfono. Pues bien, **nos avalan nuestras cifras de resultados, de rentabilidad y de crecimiento diferencial respecto a nuestros competidores**, logrado siempre de manera totalmente orgánica, póliza a póliza, sin recurrir a fusiones ni adquisiciones. Pero, además, en este tiempo **hemos cambiado radicalmente la forma de hacer seguros en nuestro país**, evidenciando que se pueden ofrecer mejores precios a los clientes manteniendo calidad y coberturas, como cuando lanzamos y democratizamos el seguro a todo riesgo con franquicia. Y desde que, en 1999, hace ya la friolera de 21 años, nos convertimos en la **primera aseguradora de España en vender pólizas por internet**, no hemos dejado de ser pioneros a la hora de poner todas las innovaciones a disposición de los asegurados.

Tan reseñable o más es el enorme impacto que toda esa actividad y resultados genera para el conjunto de la sociedad española. A lo largo de estos 25 años hemos creado **más de 5.200 empleos directos y hemos abonado más de 1.200 millones de euros en salarios**. Hemos contribuido a las arcas públicas con **más de 2.600 millones de euros** en impuestos, tasas y recargos, y pagado **más de 7.600 millones de euros** en prestaciones a nuestros clientes. Ya ofrecemos soluciones que garantizan la movilidad de los ciudadanos al tiempo que cuidamos el medioambiente. Desarrollamos una destacada labor para **fomentar la Seguridad Vial** y luchar contra los accidentes de tráfico a través de la **Fundación Línea Directa** y hemos dedicado más de un millón de euros a ayudar a nuestros clientes, empleados y a la sociedad en general en estos difíciles tiempos del Covid-19.

“En estos 25 años, Línea Directa Aseguradora ha cambiado radicalmente la forma de hacer seguros en España”

Ahora estamos inmersos en la **tercera revolución de la compañía**. La primera fue vender seguros por teléfono, como ya he comentado; la segunda, hacerlo por Internet; y ahora estamos viviendo una **transformación digital sin precedentes**, con la que queremos ser más útiles para nuestros clientes, y hacerles la vida más sencilla en todo lo que tenga que ver con sus seguros de coche, hogar y salud, lo que nos pone a la vanguardia de la digitalización en el sector asegurador español.

“Vivimos una transformación digital sin precedentes, con la que queremos ser más útiles para nuestros clientes y hacerles la vida más sencilla en todo lo que tenga que ver con sus seguros, lo que nos pone a la vanguardia de la digitalización en el sector”

Y todo ello tiene que ver con la filosofía que inspira a la compañía y que hemos aterrizado en un propósito corporativo, que hemos definido de la siguiente manera: **innovar, proteger y acercar**. Un propósito que es nuestra razón de ser, que nos inspira y motiva y que nos guía en nuestra estrategia y en nuestra toma de decisiones.



Un poco de historia

1 Un poco de historia



Un poco de historia

En **1995**, fecha de la **irrupción de Línea Directa Aseguradora en España**, pocos auguraban éxito a una forma de vender seguros completamente inédita en nuestro país. En un mercado muy maduro y rígido, la propuesta de comercializar pólizas de coche por teléfono, sin intermediarios y sin redes de oficinas, era considerada poco menos que inviable. Sin embargo, este modelo de negocio, importado directamente de Gran

Bretaña de la mano de **D. Jaime Botín y de Peter Wood, creador de Direct Line Insurance**, tuvo una aceptación extraordinaria en España, ya que trasladaba parte del ahorro operativo al precio final del seguro sin que afectara a la calidad del servicio ni al alcance de las coberturas.

La compañía, creada inicialmente como una **“joint venture”** entre Bankinter y Royal Bank of Scotland Insurance,

fue puesta en marcha por un reducido número de personas que operaban desde una pequeña oficina situada en el segundo piso de un edificio propiedad de Bankinter en Tres Cantos (Madrid). En 1995, fecha del inicio de operaciones de Línea Directa Aseguradora, todo era más propio de una pequeña start up que de la gran compañía de seguros en la que se convirtió poco tiempo después. De hecho, los anuncios



comerciales de Direct Line Insurance se reaprovechaban traduciéndolos al español, el merchandising era, en muchos casos, cedido por la compañía inglesa y, en los primeros meses de actividad, algunos empleados llegaban a reconocer a los clientes por su voz o simplemente por la marca y modelo de su coche.

Lo cierto es que la escalada hacia el éxito de Línea Directa Ase-

guradora fue fulgurante: **en solo 4 años alcanzó el “break even” y en únicamente 5 ejercicios superó los 100 millones de euros de facturación.** Fue también la **primera compañía en vender seguros a través de Internet**, convirtiéndose en el líder absoluto del sector en este canal. En **2008**, empezó a operar en el **ramo de hogar** y en **2017**, en el de salud a través de su marca **Vivaz**. Actualmente, con **más de 3,2 millones de**

clientes y un volumen de primas devengadas de **891 millones de euros anuales**, es una de las aseguradoras más rentables y robustas de nuestro país, con un beneficio antes de Impuestos de 143 millones de euros y una rentabilidad del 35%. En **2020**, Bankinter, su único accionista desde 2009, anunció su intención de **convertir a Línea Directa Aseguradora en una empresa cotizada en el mercado continuo español.**

Cómo era España en 1995

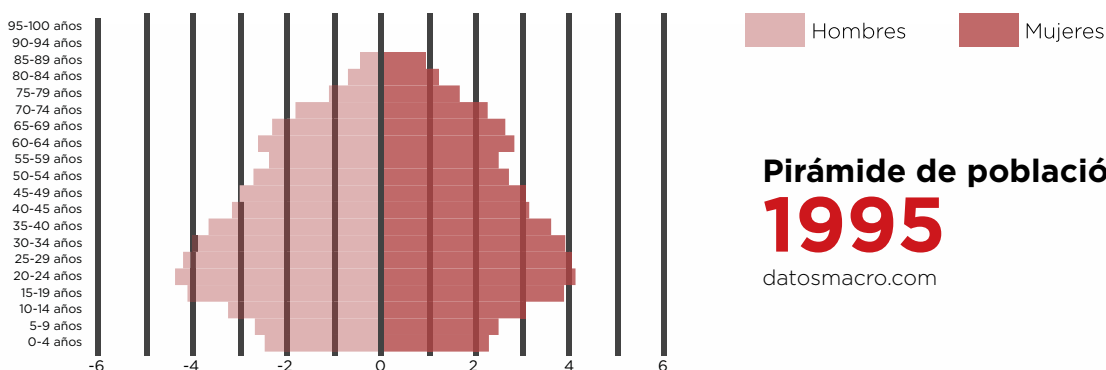


Tamaño de la población

INE

1995 **2020**
39.808.374 **47.329.981**

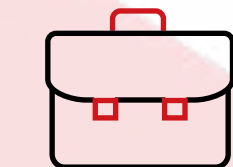
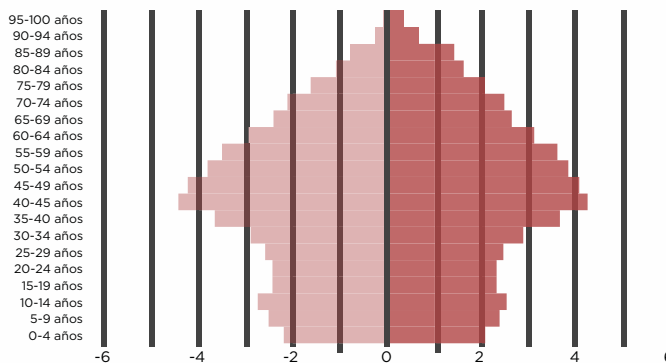
El **88,6%** de los ciudadanos tiene nacionalidad española y el **11,4%** extranjera. La esperanza de vida además ha aumentado de **78 a 83,6** años, la segunda más alta del mundo por detrás de Japón.



Pirámide de población

2019

datosmacro.com



Población activa

INE

1995 **2020**
16.153.700 **22.899.800**

62% hombres
38% mujeres

53% hombres
47% mujeres

La tasa de actividad de las mujeres ha aumentado en estas dos décadas y media del **38% al 47%**.



Producto Interior Bruto (PIB)
INE

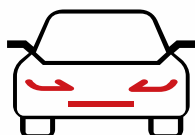
1995	2020
460.588 millones de euros	1,244 billones de euros



Seguros privados de salud
ICEA

1995	2020
3,7 millones de pólizas	10,8 millones de pólizas

Los seguros privados de salud solo alcanzaban en los años 90, momento en que empiezan a vivir cierto auge, al 9% de la población. Con los años, los ciudadanos lo han visto como un **complemento ideal al sistema público de salud** y hoy más de uno de cada cinco españoles cuentan con un seguro de este tipo.



Parque automovilístico y mercado del automóvil
DGT

1995	2020
18,9 millones de vehículos	34,4 millones de vehículos

Actualmente, cada año se matriculan **1,8 millones de vehículos** y hay **723 vehículos** por cada 1.000 ciudadanos. El 93% del parque automovilístico está asegurado.

En 2020

Las **energías alternativas** como sistema de propulsión de los vehículos se han abierto un hueco en el mercado. Según la Asociación de Fabricantes Europeos de Automóviles (ACEA), el número de matriculaciones de los vehículos eléctricos e híbridos enchufables ha aumentado en un **47,9%** en España en 2019 y ya suponen el **12%** del total. Los vehículos a gasolina, con el **59%** de las matriculaciones, siguen siendo los más vendidos, por delante de los coches diésel (**39%**).

11 millones de viviendas más respecto a 1995



1995	2020
13 millones de hogares	18,6 millones de hogares

Hogares según su composición - Año 2019

	<u>Valor</u>
Total de hogares	18.625.700
Tamaño medio del hogar en número medio de personas	2,5
Persona sola menor de 65 años	2.784.500
Persona sola de 65 años o más	2.009.100
Pareja sin hijos	3.937.200
Pareja con hijos	6.219.000
Madre o padre con hijos	1.887.500



Parque nacional de viviendas

Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana

1995	2020
14,8 millones de viviendas	25,7 millones de viviendas

El precio medio del metro cuadrado (INE) ha pasado de los 693 euros de media en 1995 a 1.640. A lo largo de la última década, el número de viviendas en alquiler ha ganado peso poco a poco y actualmente supone el **17,5% de los hogares**, frente al 76% que representa la vivienda en propiedad. El nivel de aseguramiento de la vivienda ha pasado del **40% en 1995 a cerca del 80% en 2020.**



Penetración de las tecnologías

El campo tecnológico es uno de los que han experimentado más cambios a lo largo de estos 25 años, caracterizados precisamente por ser los de una **auténtica revolución tecnológica**. En los últimos tiempos la sociedad española ha vivido un profundo cambio tecnológico y ha avanzado hacia la **digitalización** de muchas de nuestras rutinas diarias. Esta transformación ha ido llenando nuestras casas, bolsillos y muñecas de **dispositivos inteligentes** en detrimento de otros que ya se han dejado de usar.



El 91% de los hogares tiene conexión a Internet

● Internet

Se puede decir que 1995 es cuando Internet arranca en nuestro país. Ese año, las empresas españolas **Goya (Madrid)** y **Servicom (Barcelona)** fueron las primeras en ofrecer acceso a este servicio en España. Además, apareció **Infovía**, de Telefónica, que podía llevar Internet a todos los hogares del país. Los usuarios de la red se conectaban a la línea del teléfono, por lo que cuando estaban navegando por Internet no podían enviar ni recibir llamadas de teléfono desde su fijo. En ese escenario de muy incipiente digitalización, y de una forma quizá prematura, pero sin

duda visionaria e innovadora, Línea Directa Aseguradora se convirtió en 1999 en la primera compañía en vender pólizas por Internet.

Un cuarto de siglo después resulta difícil concebir un día sin conectarnos a Internet desde cualquiera de nuestros dispositivos y desde cualquier lugar. Según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares de 2019 del INE, el **91% de los hogares en España** tiene conexión a Internet, nueve de cada diez personas de entre 16 y 74 años se han conectado en los últimos tres meses y el 88% reconoce que usa frecuentemente la red (al menos una vez por semana). Casi la mitad, además, ha comprado por Internet en los últimos tres meses.

● Telefonía

El teléfono fijo seguía siendo el rey de la casa hace 25 años y en la calle se seguía haciendo uso de las cabinas. A finales de la década de los 90 España contaba con **65.000 cabinas**, 50.000 más de las que existen actualmente, cuando está en debate su desaparición total. En todo caso, ya en 1995 se empezaba a hablar de **teléfonos móviles**, aunque poco tenían que ver con los actuales.

La penetración de los dispositivos móviles rondaba el **2,5% de la población**, cifra que contrasta con la actual, en la que esta tasa se sitúa en el 116%, tres veces superior a la de teléfonos fijos, que se sitúa en el **41,8%**, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

De hecho, en 2006 el número de móviles superó al número de habitantes en España y a nivel mundial en la actualidad hay más personas con móviles que con acceso a agua corriente y electricidad.

Las marcas de móviles más populares en 1995 eran estadounidenses y europeas: **Alcatel, Motorola, Ericsson, Nokia y Siemens**. Con estos móviles de pantallas monocromáticas los usuarios podían almacenar solo unos 100 contactos. Algunas funciones destacadas eran la calculadora o el buzón de voz, y algunas tarjetas permitían también identificar al usuario que hacía la llamada. Hoy en día, en cambio, nuestros **smartphones** son casi una extensión de nuestro propio cuerpo, los usamos para trabajar, para escuchar música y ver películas, como GPS, buscador, para realizar compras y comunicarnos con cualquiera a través de apps de mensajería y de nuestros perfiles en redes sociales. Se podría decir que lo que hemos dejado de hacer es usarlos para hablar. Además,

en 2020 las marcas más populares son otras: **Apple, Samsung, Huawei y Xiaomi**, estadounidenses y asiáticas.

¿Y en el futuro? Según un reciente estudio de Línea Directa Aseguradora titulado **‘Y después de los Smartphone, ¿qué? Ciudadano Cyborg’**, el 20% de los españoles estaría dispuesto a implantarse un chip en el cuerpo para sustituir al smartphone y sus funciones.



● Dispositivos Inteligentes

El año 1995 supuso una revolución en el mundo de la informática, ya que se lanzó **Windows 95**, un sistema operativo que hizo más fácil el manejo de los ordenadores. Estos, en su mayoría de las marcas IBM y Hewlett Packard, eran de mesa y su venta aumentó un 25% con respecto a 1994, llegando a las 766.270 unidades.



Las **televisiones** eran entonces de tubo, las más grandes con medio metro de ancho y comenzaban a verse los primeros aparatos con pantallas panorámicas. Habría que esperar todavía al final de la década para encontrar los primeros televisores planos. La oferta de canales en abierto se limitaba a **La 1, La 2, Antena 3, Telecinco, Canal +** (algunos programas) y las **autonómicas** y la manera más rápida de informarse era a través del **teletexto**. 1995 fue también el año que vio nacer a **eBay, el DVD y el MP3**.



25 años después

Los hogares y el día a día están plagados de **dispositivos inteligentes y pantallas** a los que hablamos para que nos encienda las luces y programen la lavadora, nos informamos a través de la app de un medio en nuestros smartphones y las televisiones tienen acceso a miles de series y películas,

al margen de los canales de televisión, gracias a plataformas como Netflix, HBO, Amazon y Movistar+. A través de los relojes podemos leer correos electrónicos, pagar un café y saber cuántas calorías hemos quemado en un día y podemos llevar la oficina a cualquier parte en la tablet u ordenador portátil.

Reinventando la forma de hacer seguros

La aparición de Línea Directa Aseguradora en el mercado en 1995 supuso un punto de inflexión en la forma de hacer seguros en España.



ea directa



2 El sector asegurador Hace 25 años

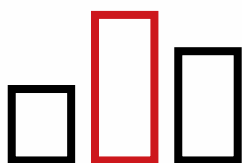


Número de entidades aseguradoras

DGSFP

1995 **2020**
496 **207**

A lo largo de estos años se ha venido produciendo un continuo y silencioso **proceso de consolidación**, de forma que actualmente el mercado asegurador español lo forman menos de la mitad de compañías que hace 25 años.



Ranking de compañías de Vida y No Vida

ICEA

1995
Mapfre, Euroseguros (BBVA Seguros), Vidacaixa, Generali (Vitalicio y Estrella Seguros) y Allianz

2020
Vidacaixa, Mapfre, Mutua Madrileña, Allianz y Catalana Occidente.

Línea Directa Aseguradora es la primera compañía de directo de España y la quinta del ramo de automóvil.



Empleo

Unespa y DGSFP

1995 **2020**
47.800 **49.200**
empleos directos empleos directos

1995 **2020**
86% **96%**
contratos indefinidos contratos indefinidos

El sector asegurador es una fuente de empleo estable y de calidad. Además de las plantillas de las compañías, esta actividad ocupa a **75.000 mediadores de seguros** (agentes, corredores y operadores de bancaseguros) y da carga de trabajo a miles de profesionales ligados, por ejemplo, con las reparaciones de vehículos y hogares y con el ámbito sanitario. Se estima que el sector genera **585.000 puestos de trabajo inducidos**.

Las **aseguradoras** son uno de los principales inversores institucionales, y además tienen una vocación de largo plazo. Los grupos aseguradores tienen invertidos **más de 124.000 millones de euros en deuda pública española**. A ese respaldo al Estado hay que sumar la aportación de **más del 5% del sector asegurador al Producto Interior Bruto (PIB)** más las transferencias a clientes y proveedores, que se estiman en más de 47.000 millones de euros al año.



Negocio asegurador
Unespa

1995

20.400

Millones de euros en primas. Era la facturación del sector asegurador español.

30.000

Millones de euros era el ahorro gestionado por las compañías de seguros en España.

2020

+64.000

Millones de euros en primas.

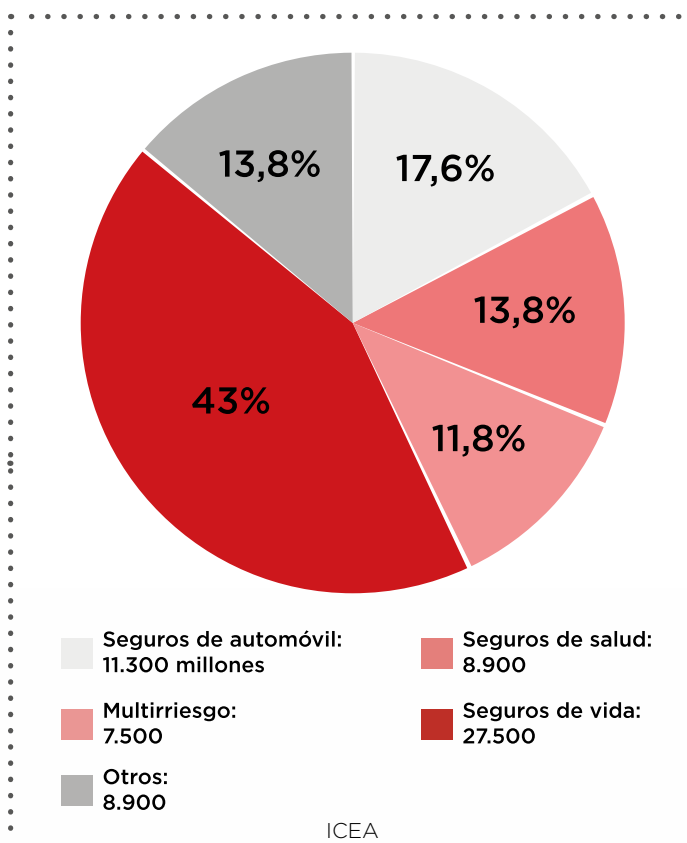
195.000

Millones de euros de ahorro gestionado.

Cuando Línea Directa Aseguradora irrumpió en el mercado en 1995 había en España **100 compañías de seguros que gestionaban 17,7 millones de pólizas de automóvil por las que ingresaban al año algo menos de 990.000 millones de pesetas (5.900 millones de euros)**. Actualmente, un cuarto de siglo después, el ramo del automóvil genera una facturación anual a las compañías de seguros de **más de 11.000 millones de euros con cerca de 32 millones de vehículos asegurados**.

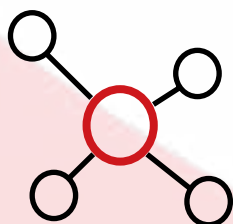


Ramos



Actualmente

Gracias a las nuevas tecnologías que ya están disponibles, tanto para las empresas como para los clientes de las aseguradoras, se han abierto **nuevos canales de comunicación con los clientes** a través del teléfono móvil y todas las utilidades que ofrecen estos dispositivos. Esto abre la posibilidad de dar un **servicio más eficaz y personalizado a los clientes**.



Digitalización

Históricamente las compañías de seguros habían basado su distribución en su red de oficinas y la red de mediadores, es decir, agentes y corredores de seguros. Sin embargo, con el paso de los años y apoyándose sobre todo en los avances tecnológicos, **el sector ha ido adoptando una estrategia omnicanal donde la distribución por teléfono primero, y digital después, ha ido ganando cada vez más peso.**

Línea Directa Aseguradora: un modelo de negocio disruptor



Del agente de seguros al modelo directo

En los años 90, la mayor parte del negocio asegurador lo gestionaban los corredores de seguros y los agentes exclusivos y vinculados, que aún hoy siguen siendo el principal canal de distribución de muchas compañías de seguros españolas. La venta directa, sin intermediarios, no existía en el mercado español hasta la irrupción de Línea

Directa. Un cuarto de siglo después, el canal de venta directa, potenciado sobre todo por el desarrollo tecnológico y el cambio en los hábitos de los consumidores, es uno de los que más crece y Línea Directa Aseguradora acumula ya el 7% de las pólizas de Motor que se venden en España.

Características del modelo

Las compañías de seguros de venta directa aprovechan la flexibilidad, comodidad e inmediatez de las nuevas tecnologías para ofrecer un modelo de comercialización sin la intervención de terceros. Todas las relaciones entre compañía y usuario se realizan a través del teléfono, la web o diferentes aplicaciones.







25 años
de impacto

**Línea Directa
Aseguradora**

3 Línea Directa Aseguradora 25 años de impacto

Línea Directa Aseguradora se ha caracterizado desde sus inicios por su apuesta por la innovación, lo que se traduce en productos y servicios pioneros para los clientes:

Primer seguro directo

La creación de Línea Directa Aseguradora supuso en **1995** el **nacimiento del canal de venta directa de seguros en España**. Aunque había alguna compañía que había empezado a suscribir pólizas vía telefónica, ninguna usaba este canal en exclusiva para distribuir seguros de forma masiva por teléfono en una clara apuesta por la desintermediación, la tecnología y la innovación. Ello se acompañó de una novedosa forma de llegar al cliente con **campañas muy potentes y claras a través de televisión**.



Primera compañía de seguros por Internet

Línea Directa Aseguradora se convirtió en **1999** en la **primera compañía en vender pólizas de automóvil a través de Internet**, permitiendo a los usuarios cotizar y contratar su seguro por este canal, que entonces solo se apoyaba en el ordenador personal y el acceso directo a la web de la compañía, pues todavía estaban por llegar Google, los comparadores de seguros y las aplicaciones móviles.



Primer seguro de salud que premia a sus clientes

Desde su lanzamiento en septiembre de **2017**, **Vivaz fomenta y promueve la adopción de hábitos de vida saludables en la población**. Para ello, a través de la app gratuita Vivaz Actividad, Vivaz recompensa con descuentos en la renovación a aquellos usuarios que caminen 10.000 pasos y duerman 7 horas al día, recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para gozar de una vida saludable.



Primer Todo Riesgo con Franquicia



La **póliza de automóvil a Todo Riesgo con Franquicia** era en **1995** un producto muy marginal. La mayoría de los seguros de coche a todo riesgo eran mayoritariamente sin franquicia y los pocos que había contemplaban que el tomador cubriese un porcentaje del coste del siniestro o una cantidad mínima más un porcentaje del siniestro. Línea Directa Aseguradora introdujo una franquicia de cantidad, modulable por el cliente, desde 30 hasta 300 euros, algo totalmente diferencial. No hacía falta mucho dinero para poder tener cubierto el coche a todo riesgo y sobre todo estar protegido ante los peores siniestros.

Primer seguro directo de hogar



En **2008** Línea Directa Aseguradora revolucionó el ramo de multirriesgo en España al ofrecer por primera vez un **seguro de hogar a través de canales directos** (teléfono e Internet) que permitía al cliente elegir libremente entre 23 coberturas diferentes, pagando solamente por aquello que realmente necesita.

Vehículo de cortesía

línea directa

Una marca icónica. Innovación, frescura y cercanía

Línea Directa Aseguradora **revolucionó la forma de hacer marketing** y, de nuevo, agitó el sector. Lo hizo con una comunicación sencilla, cercana, directa y simpática y a través de un medio hasta entonces apenas utilizado por las aseguradoras del país: **la televisión**. A ello se sumó la incorporación de un prescriptor de referencia como Matías Prats. Hoy, 25 años después, algunos de los anuncios del Grupo son historia de la televisión del país.

Notoriedad publicitaria

En un mundo inundado por pantallas e impactos publicitarios, cada vez es más difícil captar y mantener la atención de los consumidores. Línea Directa Aseguradora, **uno de los 10 principales anunciantes de España**, es desde hace más de una década la marca aseguradora española con mayor recuerdo publicitario, con un **11% de “top of mind” entre los consumidores**, según el estudio IOPE de Notoriedad Publicitaria de Kantar TNS. El teléfono rojo, logotipo que se actualizó en 2006 incorporándole un ratón de ordenador, forma parte ya del imaginario colectivo de los españoles.

1995



2006



El logotipo original de Línea Directa evolucionó en 2006 incorporando el ratón de ordenador y una tipografía actualizada.

1995

El primer anuncio en televisión de Línea Directa Aseguradora, que se emitió primero en la Comunidad Valenciana el **28 de mayo de 1995**, llegó a las pantallas de todos los españoles el 18 de septiembre de ese año a las 12.27 horas. Obtuvo 2,8 GRPs (número de impactos por cada 100 personas del público objetivo) nacionales.



2006

Los anuncios de Línea Directa Aseguradora han mantenido un **tono simpático, sencillo, cercano y directo**. Esta serie de spots del año 2006, con una columna de un garaje, un radar y una farola como protagonistas, son recordadas por los espectadores por su humor.





Matías Prats

El Grupo eligió en **2012** a **Matías Prats**, una de las personalidades más conocidas y mejor valoradas por los consumidores, como protagonista de su publicidad. “Línea Directa lo tiene todo pero por mucho menos” fue el lema de su primera campaña. Luego vendrían otros que han pasado al acervo popular como “Permíteme que insista” o “Te estamos buscando”, que han hecho de estas campañas verdaderos **éxitos comerciales**.



2014-2020

Línea Directa Aseguradora siempre está atenta a las cuestiones que afectan a los asegurados para adaptar las pólizas a sus necesidades. Por ejemplo, ha lanzado **campañas específicas para conductores con los 15 puntos de carné**, alineando la responsabilidad corporativa, focalizada en promover hábitos de conducción segura, con la parte comercial; y ofreciendo flexibilizar el pago del seguro en tiempos adversos como la crisis del Covid-19.



No solo la publicidad ha dado notoriedad a Línea Directa Aseguradora. También su **comunicación corporativa**, que ha aunado el rigor, la seriedad y la innovación, ha tenido un alto impacto en la buena reputación de la compañía por parte de los consumidores. Así, en los 25 años la compañía ha generado **más de 43.000 noticias** y ha conseguido llegar cada año, en la última década, a unas audiencias medias acumuladas de 850 millones.

más de

43.000

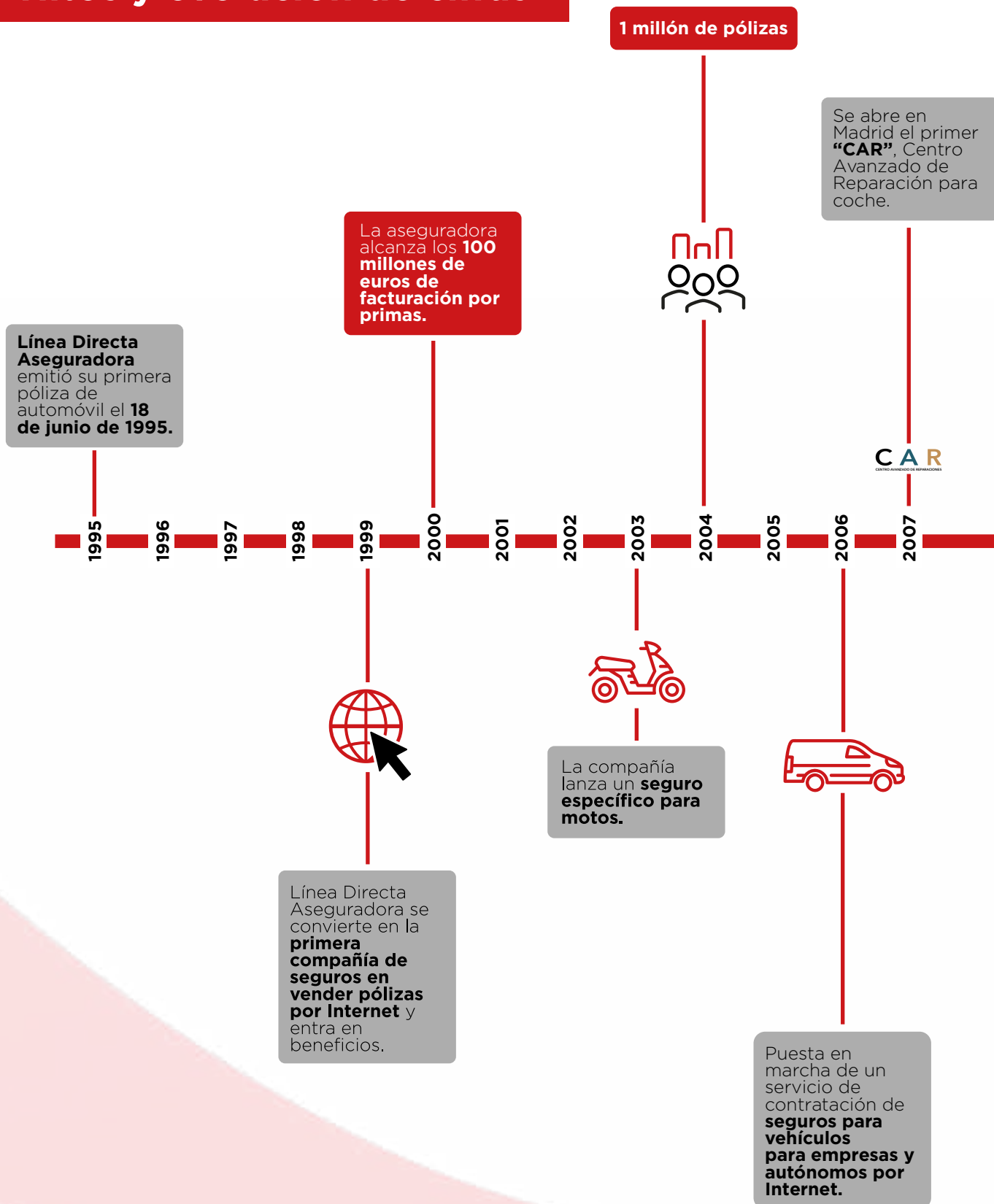
noticias generadas en 25 años.

más de

850

millones de personas. Audiencia media acumulada cada año desde 2010.

Hitos y evolución de cifras



Un poco de historia

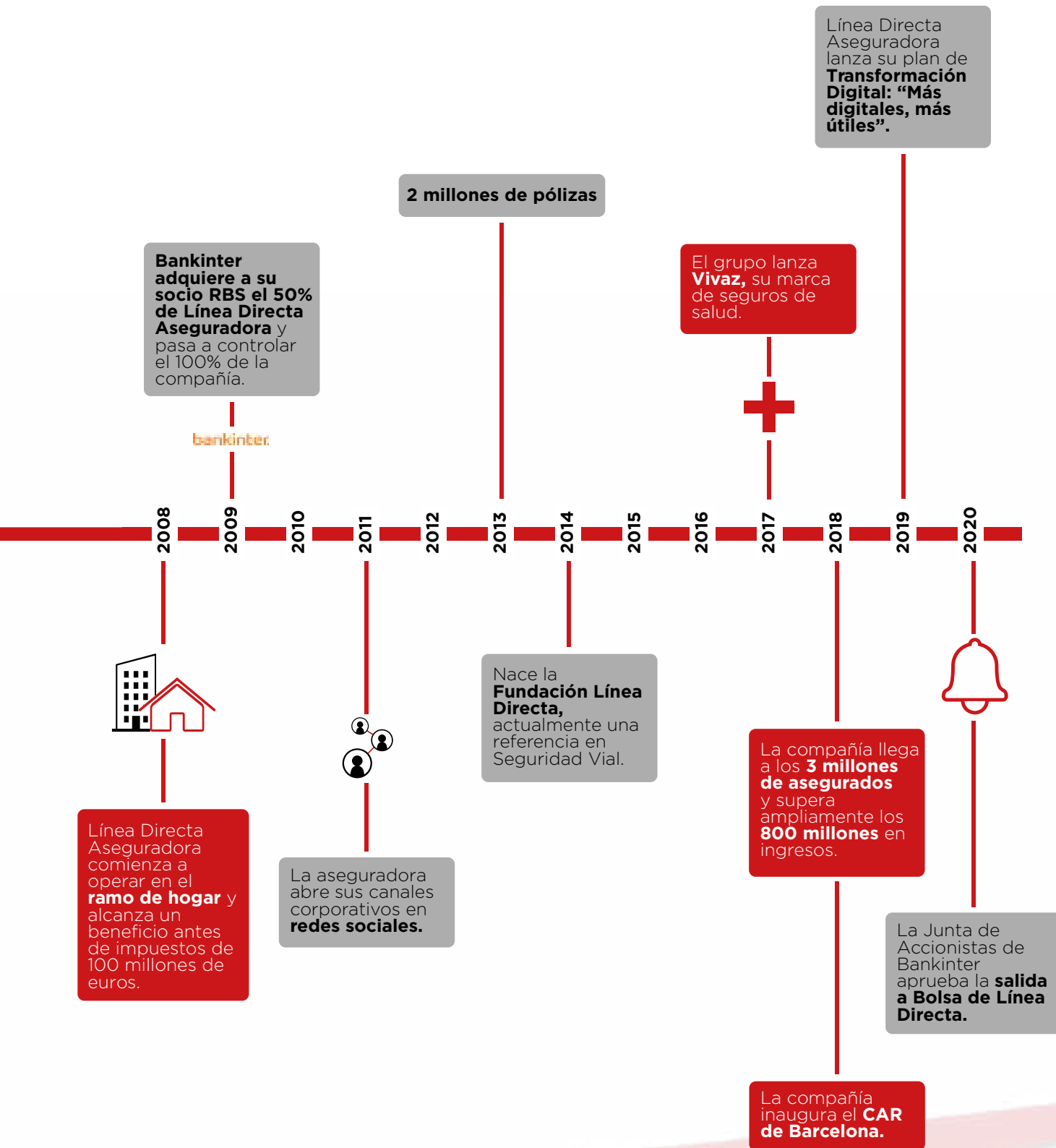
Reinventando la forma de hacer seguros

25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora Al futuro

Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora 25 años de compromiso



Iniciativas pioneras

● Barómetro del fraude

En 2011, **Línea Directa Aseguradora se propone realizar una radiografía sobre el fraude en el seguro del automóvil en España** para concienciar a la sociedad sobre este problema. El objetivo es analizar la dimensión real de esta práctica delictiva con el dibujo de un mapa de fraude de España. El estudio se realiza de manera bianal y cumple ya una década.

● Penélope Seguros

Penélope Seguros es una marca pensada por y para mujeres y que se lanzó al mercado en 2012. La compañía pone a disposición de sus aseguradas un amplio abanico de prestaciones, adaptadas a sus distintos estilos de vida, como **asistencia en carretera a embarazadas, cobertura de robo de bolso y el servicio Car Agenda**, entre muchas otras. Un innovador concepto diseñado para dar respuesta a las necesidades y demandas específicas de las mujeres conductoras.

● Llámalo X

En 2020, Línea Directa lanza el **primer seguro a Todo Riesgo con coche incluido** a un precio imbatible: 249€ al mes sin más pagos adicionales. El producto, que ha tenido una gran aceptación entre los conductores, crea una nueva categoría dentro del seguro de Autos y está llamado a revolucionar el sector, para lo que prevé ampliar su abanico de modelos en el futuro.

● Póliza Respira

Dentro del compromiso de Línea Directa Aseguradora por fomentar una movilidad menos contaminante y más sostenible en España, nace en 2016 la **Póliza Respira, un seguro todo riesgo con franquicia de 300 euros para coches eléctricos de particulares** con un precio extremadamente competitivo: 199 euros la primera anualidad. Fue la primera póliza de estas características lanzada por una compañía en España.

● Asistencia nocturna para jóvenes

Línea Directa dispone del **servicio de asistencia nocturna para jóvenes**, que ofrece traslado gratuito entre las 00.00 y las 07.00 horas a los asegurados menores de 26 años que hayan ingerido alcohol o se sientan indispuestos. El traslado incluye tanto el del vehículo hasta el domicilio del asegurado como el del menor de 26 años en taxi, sin coste adicional. El objetivo es evitar que los jóvenes usen el coche si beben y así evitar accidentes y víctimas de tráfico.

● Plan Integral de Movilidad

El grupo cuenta con un plan específico de **Movilidad y Seguridad Vial para empleados**, que incluye diversas acciones que favorecen el car sharing y promocionan el **uso del coche eléctrico**. Además, la compañía tiene el compromiso de garantizar la movilidad de sus clientes y ha puesto a disposición de su clientes una flota de más de 1.000 Audi como vehículos de sustitución, así como **“Llámallo X”**, el primer seguro a Todo Riesgo con franquicia con coche incluido.

● Tratamiento Médico Integral

Línea Directa Aseguradora creó en 2006 una **red privada de asistencia sanitaria** que garantiza a los lesionados en accidentes de tráfico un tratamiento sanitario completo. El objetivo es **agilizar y garantizar la recuperación** de esas personas en lugar de abonarles una mera indemnización, una solución beneficiosa tanto para el lesionado como para la compañía. Este servicio, gratuito, cubre a todas las personas que viajan en un vehículo asegurado en Línea Directa Aseguradora, sea o no responsable del accidente, y a terceros lesionados. Esta extensa red de asistencia, creada mediante acuerdos de colaboración con médicos especialistas, hospitales, clínicas de rehabilitación, centros de diagnóstico y transporte sanitario, **permite reducir los tiempos de recuperación de los lesionados en una media de dos meses y medio**.



¿Sabías que...?

desde
1995

4.029
clientes

(el 32% de ese año)
permanecen en
cartera y siguen
siendo asegurados
de Línea Directa
Aseguradora

desde
1996

29.016
clientes

(el 36% de ese año)
permanecen en
cartera y siguen
siendo asegurados
de Línea Directa
Aseguradora

hemos atendido
más de
150 millones
de llamadas
telefónicas

hemos reparado
más de
8,5
millones de
automóviles

hemos arreglado
más de
248.000
motos

hemos prestado
más de
7,3 millones
de servicios
de grúa

hemos atendido
más de
1,5 millones
de siniestros
de hogar

Un poco de historia

Reinventando la forma de hacer seguros

25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora Al futuro

Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora 25 años de compromiso

linea directa



Impacto financiero

En estos
25 años...



cerca de
12.200
millones de euros
de facturación
por primas.

más de
7.600
millones de euros en
prestaciones abonadas por
sinistros desde 1995.

20.400
millones de euros invertidos
en los últimos 15 años en
deuda pública soberana,
renta fija corporativa, Bolsa,
inmuebles y depósitos.

cerca de
400
millones de euros de fraude
detectado a lo largo de los
últimos 25 años.



Contribución de Línea Directa Aseguradora al erario público

más de 2.600

millones de euros de contribución fiscal entre 1995 y 2019.



Contribución directa:

Impuesto de Sociedades:

más de 540 millones de euros

Seguridad social a cargo de la empresa:

más de 235 millones de euros

Impuesto sobre Primas de Seguro (IPS), Recargo al Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) y tributos locales:

más de 985 millones de euros

Por cuenta de terceros:

Retenciones fiscales de trabajo (Personal y Profesional):

más de 190 millones de euros

Seguridad social a cargo del trabajador:

más de 40 millones de euros

Contribuciones indirectas:

IVA soportado no deducible en la gestión de siniestros y de gastos:

más de 630 millones de euros



Impacto laboral

2.453

Plantilla a cierre
de 2019 (56% mujeres)

.....

5.238

Total de contrataciones
en 25 años (58,1%
mujeres)

.....

51%

Puestos de
responsabilidad ocupados
por mujeres en 2020.

.....

81%

Total de empleados que nos
recomiendan como lugar para
trabajar.

.....

1.000

Promociones internas
estimadas desde 1995.

.....

1.215M€

Salarios abonados y gastos
de personal en 25 años.

.....

Un poco de historia

Reinventando la forma de hacer seguros

25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora Al futuro

Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora 25 años de compromiso



Línea Directa Aseguradora Al futuro



4 ¿Y ahora qué? Nueva era Línea Directa

Salida a Bolsa

La **Junta General Ordinaria de Bankinter** aprobó en marzo de 2020 **sacar a Bolsa Línea Directa Aseguradora**, de la que es propietaria del 100%, y distribuir la prima de emisión de 1.184 millones de euros entre sus accionistas entregándoles un número de acciones de la aseguradora igual al número de títulos que posean del banco, de forma que pasarán a ser accionistas también de Línea Directa Aseguradora.

Más digitales, más útiles

El objetivo de Línea Directa Aseguradora, compañía de seguros líder en innovación, era **alcanzar en 2020 más de 1,5 millones de clientes digitales**. En el tercer trimestre del año, **más de 1,8 millones de asegurados** del Grupo ya son digitales. Los asegurados del grupo ya pueden abrir el parte de un siniestro a través de su teléfono móvil, obtener el precio del seguro fotografiando el carné de conducir y la matrícula del coche, solicitar una grúa por canal digital, enviar fotografías de un siniestro a través de WhatsApp y pedir cita médica a través del móvil.

+59% clientes digitales

(porcentaje de clientes que han accedido al área privada de clientes en el último año)

63,7%

firmas digitales realizadas.

más de

9.000

renovaciones digitales.

más de

450.500

servicios de grúa digitales.

más de

284.900

partes digitales:
Hogar +73.700 (20%).
Motor +211.200 (25%).

Nueva era, nuevas tendencias y tecnologías



El grupo cuenta con un **laboratorio de ideas centrado en inspirar, dinamizar e informar sobre las últimas tendencias en tecnología y digitalización.** El “Think Tank Digital” está formado por miembros del Comité de Dirección de la compañía y expertos externos que aportan su visión a la dirección de Línea Directa Aseguradora en materia de Transformación Digital.

Miembros Externos



Javier Rodríguez Zapatero, Presidente de ISDI



Pablo Foncillas, Profesor del IE Business School



Pablo Fernández Álvarez, cofundador de Clicars.com



Fernando Encinar, Co-founder and CMO en Idealista

Miembros Internos



Patricia Ayuela, Directora de Motor y Transformación Digital



Ana Sánchez Galán, Directora de Tecnología, CIO



Mar Garre, Directora de Personas y Comunicación Interna



David Pérez Renovales, Director General de Salud



Francisco Valencia, Director del Área de Comunicación y Sostenibilidad

bienvenidos a la nueva era.



Bots

El desarrollo e implantación de bots por parte de la compañía permite **ofrecer nuevas utilidades a los clientes y agilizar procesos internos**. Los bots que atienden llamadas ya permiten al asegurado solicitar la documentación de su póliza de hogar y recibirla en su correo electrónico, abrir siniestros de motor y hogar y buscar y localizar profesionales sanitarios del cuadro médico de la póliza de salud de Vivaz. Además, Línea Directa Aseguradora **aplica inteligencia artificial para analizar y clasificar ficheros y correos electrónicos recibidos de los clientes**, agilizando estas tareas.

Número de siniestros abiertos por bots:

+13.000

Número de preguntas frecuentes capaz de responder el bot del seguro de salud de **Vivaz, marca de seguros de salud de Línea Directa Aseguradora:**

+200

Garantizar la movilidad

La innovación tecnológica, la mayor preocupación social por el medioambiente y los cambios de hábitos de los consumidores están dando lugar a un **nuevo escenario de movilidad** en el que, por ejemplo, se está viendo un auge del uso del coche compartido y nuevos vehículos como los patinetes eléctricos. Línea Directa Aseguradora, como parte de su **Plan Integral de Movilidad**, apuesta por garantizar la movilidad de sus asegurados con soluciones flexibles, personalizadas e innovadoras.

+1.120

vehículos de sustitución Audi y Mini puestos a disposición de los asegurados en caso de siniestro de manera gratuita.

250

seguros a Todo Riesgo con Franquicia con vehículo incluido lanzados en la primera campaña "Llámalo X".

+1.200

pólizas de coches eléctricos. El 10% de los seguros de este tipo de coches para particulares en España están asegurados por Línea Directa.

+14.500

motos eléctricas de uso compartido están aseguradas por Línea Directa.

WhatsApp Empresas

El uso de los canales digitales de la compañía agiliza más los tiempos de gestión de trámites vinculados con las pólizas. Los clientes del grupo **pueden comunicarse con la compañía a través de WhatsApp**, por donde reciben los datos del taller en que será reparado su vehículo y pueden modificar su cita y enviar fotografías del siniestro, lo que acelera la valoración y reparación del automóvil o moto.

Clientes que ya aceptan WhatsApp como canal de comunicación con Línea Directa Aseguradora:

+90%

Siniestros en los que se han remitido fotografías de los daños:

+1.500

Apps de monitorización

Una de las grandes innovaciones de Línea Directa Aseguradora en el mundo del seguro de salud a través de su marca Vivaz es **permitir a los clientes monitorizar sus hábitos saludables de ejercicio y sueño mediante la aplicación móvil** (Vivaz Actividad) y obtener recompensas en la prima de la póliza por caminar al menos 10.000 pasos cada 24 horas y dormir 7 horas al día.

**Número de descargas
de la app Vivaz Actividad:**

40.000

(+ de 27.000 en Android
y + de 13.000 en IOS).

Número de pasos acumulados:

+10.000 millones

de pasos entre enero y junio de 2020.

El reto de **10.000** “vivaces” ha sido superado **más de 600.000** veces, con una media de **50 veces** por usuario activo.

Casi **2.500 usuarios** han conseguido el reto más de la mitad de los días.

**Número de horas
de sueño acumuladas:**

4,3 millones

de horas de sueño.

17 días, es la media de días por mes que cada usuario ha dormido más de 7 horas al día. **19 días** durante el confinamiento por el Covid-19, frente a **15-16 días** en un mes normal.

34€

**de descuento acumulado
por los clientes:**

Desde enero de 2019 hasta el 30 de junio de 2020, el descuento medio realizado en las renovaciones de los clientes que usan la app de Vivaz ha sido de **34€**.

Desde el lanzamiento de la app se han regalado alrededor de **5.000 pulseras de actividad** de las cuales aproximadamente **2.000** han sido conseguidas por usuarios de la app por participar en los grupos.

Blockchain/Identidad Soberana

Línea Directa Aseguradora trabaja junto con Banco Santander, Bankia, Bolsas y Mercados Españoles (BME), CaixaBank, Informática El Corte Inglés (IECISA), Liberbank, Mapfre, Naturgy y Repsol en el proyecto Dalion con el fin de **desarrollar la identidad digital soberana**, que deja en manos de los usuarios la decisión sobre qué datos personales cede y a quién en el mundo digital. Esta iniciativa, pionera y de referencia en Europa, se desarrolla bajo el paraguas del consorcio empresarial de **tecnología “blockchain”** Alastria y su modelo de identidad **Alastria ID**, el más elaborado de la Unión Europea. Línea Directa Aseguradora prepara ya un piloto para implementarlo.

Aplicación práctica

Su uso permitirá, por ejemplo, rellenar datos de cualquier formulario sin tener que completar múltiples campos si previamente el usuario permite a la compañía acceder a los datos que él crea conveniente.

Autonomous Ready

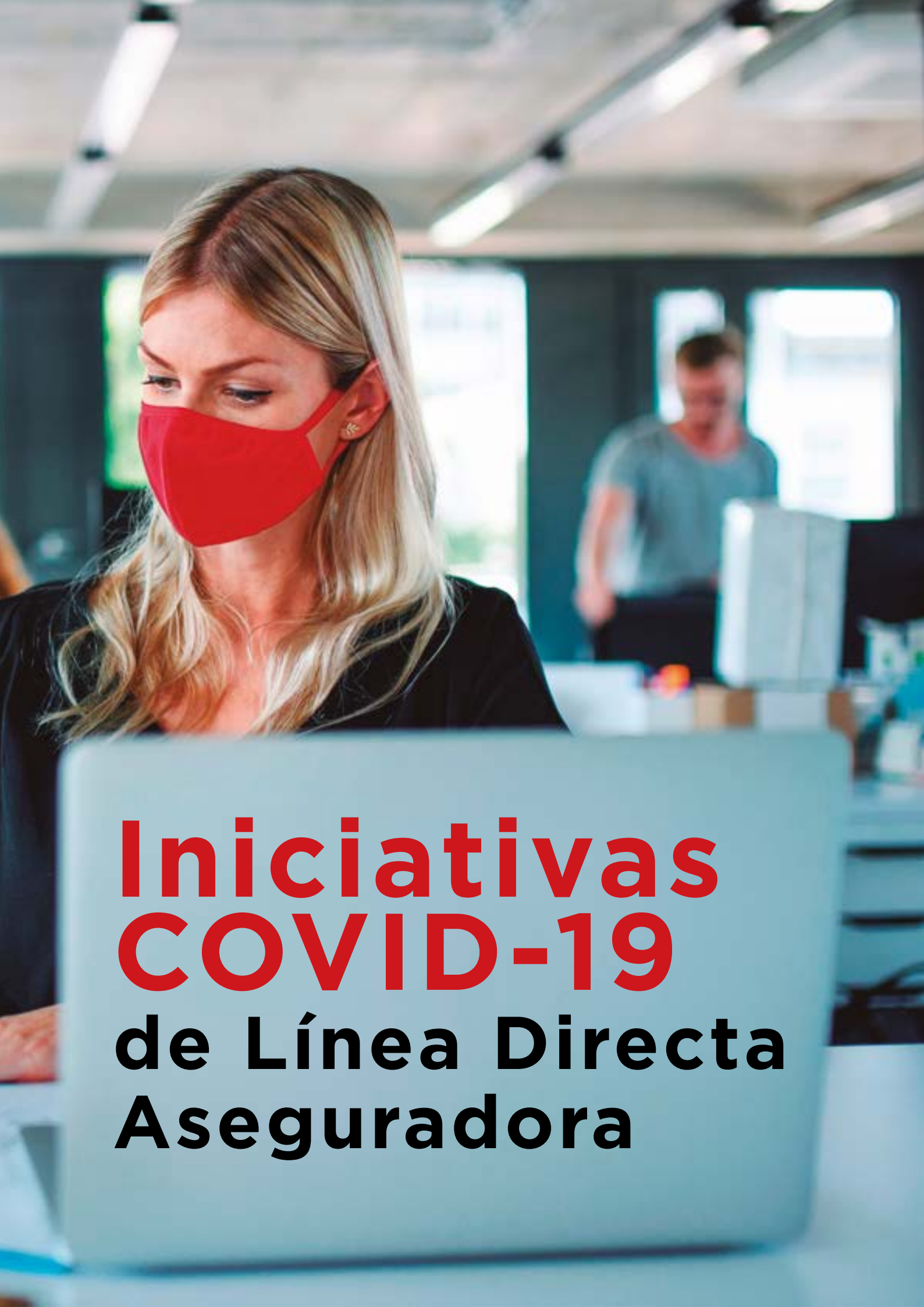
El Grupo es la **aseguradora oficial de Autonomous Ready**, el proyecto de movilidad y seguridad vial de última generación de la Dirección General de Tráfico (DGT). A través del programa, firmado entre la DGT, el Ayuntamiento de Barcelona y las empresas colaboradoras y que inicialmente se pondrá en marcha en la Ciudad Condal y tendrá una duración mínima de tres años, se incorporará un **dispositivo de ayuda a la conducción (ADAS) a 5.000 vehículos para recabar información sobre la conducción, el entorno y la vía**. Línea Directa Aseguradora analizará los millones de datos que aportarán esos vehículos de forma anónima para identificar los puntos de la ciudad con más riesgos para la seguridad vial.



5.000

vehículos con dispositivo de ayuda a la conducción dentro del programa “Autonomous Ready”

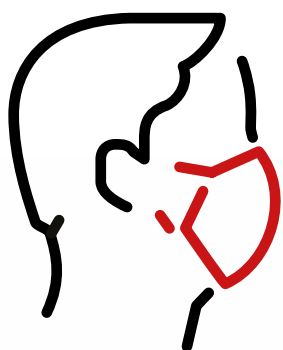


A woman with blonde hair, wearing a red face mask and a black top, is looking down at a laptop. The background shows an office environment with another person standing in the distance. The text is overlaid on the bottom half of the image.

**Iniciativas
COVID-19
de Línea Directa
Aseguradora**

5 Iniciativas COVID-19 de Línea Directa Aseguradora

Acciones para empleados y clientes



Acciones

- Compromiso de **no hacer despidos ni ERTES**.
- Se continuó con las **nuevas incorporaciones** y en plena pandemia se contrató a más de 300 personas.
- **Test Serológicos para toda la plantilla**. (2.400 empleados).
- **Medidas de protección, higiene y regreso escalonado** para garantizar la seguridad de todos los empleados.
- Medidas para **facilitar y flexibilizar el pago del seguro** a los clientes, en especial a los asegurados más afectados económicamente por la pandemia.

Acciones sociales

650.000€

Aportación a un **fondo conjunto con otras compañías del sector asegurador español** para la suscripción de un seguro de vida colectivo para los profesionales sanitarios que han trabajado en la lucha contra la pandemia.

17 robots

Colaboración público-privada en la compra de **17 robots de automatización de análisis de pruebas de coronavirus** para hospitales del sistema público de salud de toda España.

Colaboración de 100 operadores

Para **atender los servicios de información a los ciudadanos** durante el Covid-19 en Cataluña y Madrid.

60 vehículos

Cesión de la **flota de coches de la compañía** para su uso por los sanitarios en Ifema (Madrid) y del Institut Català de Salut (Cataluña).

+36.000€

Donación a la **Fundación Randstad** para impulsar la igualdad laboral de personas con discapacidad en los meses de la crisis sanitaria.

73.000€

Donación de material sanitario y de desinfección a la residencia de ancianos San Camilo, en Tres Cantos, por parte de Vivaz, la marca de seguros de salud del grupo.

2.000 consultas

Anticipación sobre la fecha prevista de la puesta en marcha, por parte de Vivaz, **marca de seguros de salud de Línea Directa Aseguradora**, de un servicio de videoconsultas. En un mes ha atendido más de 2.000 consultas.



**Línea Directa
Aseguradora
25 años de
compromiso**



6 Línea Directa 25 años de compromiso

Impacto social

Desde sus inicios, **Línea Directa Aseguradora** ha desarrollado numerosas iniciativas en materia de **sostenibilidad y compromiso**. Por la naturaleza de su actividad y su modelo de negocio, directo y sin intermediarios, siempre ha estado muy concienciada con la **lucha contra los accidentes de tráfico**, una lacra social que, cada año, marca la vida de miles de personas en nuestro país. Por eso, desde 1995, ha realizado y financiado importantes estudios que tratan de abordar y analizar los aspectos más relevantes de la siniestralidad vial, un campo en el que se ha convertido en un verdadero referente en nuestro país. Desde 2014, todas las acciones relacionadas con la seguridad en carretera se canalizan a través de la Fundación Línea Directa, con una dotación que supera los 3 millones de euros desde su nacimiento.

25 años después de su irrupción en España, **Línea Directa Aseguradora** dispone de un ambicioso **Plan Director de Sostenibilidad** que sirve de guía y soporte a todas las actuaciones del Grupo en esta materia. El Plan actual, vigente hasta el año 2022, tiene tres líneas básicas de actuación: **Negocio, Organización y Sociedad**. Estas 3 líneas giran en torno a 3 ejes diferentes: Ambiental, Social y de Buen Gobierno, que prevén un total de 71 acciones que serán desarrolladas de forma transversal en la compañía bajo la supervisión del Comité de Sostenibilidad y Reputación, compuesto por la Alta Dirección con la supervisión directa del Presidente del Grupo.

Fundación Línea Directa

La **Fundación Línea Directa** es una institución sin ánimo de lucro que nace en el año 2014 con el objetivo de ayudar a construir una sociedad mejor y más segura, impulsando distintas iniciativas cuyo eje de actuación principal es la Seguridad Vial. Bajo el lema **‘Por la Seguridad Vial. Aquí y Ahora’**, la Fundación tiene como principal misión reducir el número de víctimas en las carreteras españolas a través de cuatro líneas de trabajo: **Divulgación, Investigación, Formación y Acción social**.

La Fundación Línea Directa desarrolla potentes iniciativas como el **Premio Periodístico de Seguridad Vial Línea Directa**, que ya se ha convertido en uno de los certámenes de referencia del periodismo español; elabora numerosos informes y estudios sobre seguridad vial y organiza el **Premio Emprendedores y Seguridad Vial**, que trata de incentivar el emprendimiento en el campo de la lucha contra la accidentalidad.

Un poco de historia

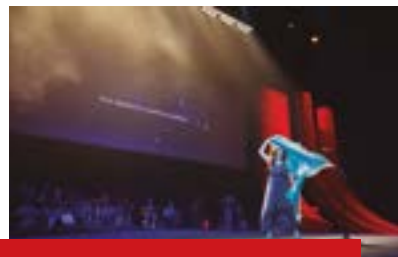
Reinventando la forma de hacer seguros

25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora Al futuro

Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora 25 años de compromiso



A lo largo de los años, la gala del **Premio Periodístico de Seguridad Vial** ha contado con destacadas actuaciones musicales, como las de un **coro de niños** que versionaron la canción “Who wants to live forever” de Queen y la emotiva interpretación de una soprano. **Estrella Morente** cerró la entrega de galardones de la XVI edición del Premio Periodístico de Seguridad Vial interpretando una versión de “Aleluya”, la canción de Leonard Cohen, que ya había sido versionada por Enrique Morente para el disco “Omega”.



El piloto de rallies **Albert Llovera**, tetrapléjico desde que sufrió un accidente esquiando, demostró en la edición de 2015 del Premio Periodístico cómo la **tecnología** está ayudando a lesionados en accidentes de tráfico, pudiendo incluso andar gracias a exoesqueletos.



María Belón, superviviente del tsunami de Tailandia de 2004 y en cuya vivencia se basó la película “Lo Imposible”, comparó su historia con el shock que sufren todos los que rodean a las víctimas de accidentes de tráfico en la emotiva edición de 2014.



La ceremonia ha tenido en ocasiones invitados galácticos, como en 2018, cuando contó con la presencia del astronauta **Michael López Alegría y la joven Alyssa Carson**, candidata para la primera misión humana a Marte en 2033.



Doña Letizia recibió en audiencia a una representación del Premio Periodístico de Seguridad Vial Línea Directa en 2008, siendo Princesa de Asturias. En 2017, la Reina recibió a la Fundación Línea Directa en el Palacio de la Zarzuela y fue **presidenta de honor de la ceremonia** de entrega de los galardones de ese año.



más de
**3 millones
de euros**

Cantidad destinada en estos 25 años a proyectos sociales, inclusión y organizaciones especializadas.

.....

más de
615.000€

Cuantía abonada por el Premio Periodístico de Seguridad Vial Línea Directa a lo largo de sus 17 ediciones como reconocimiento al trabajo de los periodistas a favor de la promoción de la Seguridad Vial.

.....

50

Número de Proveedores/
Colaboradores premiados.

.....

**53,5 millones
de euros**

Importe abonado a través del Tratamiento Médico Integral (TMI) desde su puesta en marcha en 2006.

.....

10

proyectos sociales activos.

.....



Un poco de historia

Reinventando la forma de hacer seguros

25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora Al futuro

Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora 25 años de compromiso

más de
130

Acciones solidarias realizadas en estos 25 años.

.....

40

Número de entidades con las que ha colaborado en proyectos sociales desde 1995.

.....

más de
450 horas

Voluntariado hecho al año por la plantilla de Línea Directa Aseguradora.

.....

148.300€

Importe abonado a través del Premio Emprendedores y Seguridad Vial.

.....

Impacto medioambiental

4,2 gramos
de CO₂ por euro de prima devengada
(Huella de Carbono).

más de 12.800
toneladas métricas de CO₂ evitadas
gracias a la Póliza Respira.



Línea Directa Aseguradora ha certificado su **Sistema de Gestión Ambiental con la norma ISO 14001**, lo que indica que gestiona los posibles riesgos medioambientales derivados de su actividad.



El Grupo cuenta con un **Sistema de Gestión de la Energía basado en la norma internacional ISO 50001** para la eficiencia energética.

Un poco de historia

Reinventando la forma de hacer seguros

25 años de impacto de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora Al futuro

Iniciativas Covid-19 de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora 25 años de compromiso

Reconocimientos, compromisos y adhesiones



The background features two large, solid red triangles pointing towards each other, one in the top right and one in the bottom left, creating a white central space where the text is located.

25 AÑOS
DE IMPACTO

de Línea Directa Aseguradora

Línea Directa Aseguradora S.A.