

HOGAR, CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD



PRODUCTOS FLEXIBLES QUE SE ADAPTAN A LAS NECESIDADES DE CADA TIPO DE CLIENTE

Desde su lanzamiento en 2008, el Ramo de Hogar de Línea Directa Aseguradora se ha consolidado como uno de los principales motores de crecimiento y de diversificación del Grupo, gracias a su oferta de productos flexibles que se adaptan a las necesidades de cada tipo de cliente a un precio muy competitivo.

En 2019, el volumen de primas devengadas de la Línea de Negocio de Hogar superó los 111,3 millones de euros en 2019, lo que supone un incremento neto de más del 11% respecto a 2018; un ritmo de crecimiento que dobla ampliamente al registrado por el sector. Este dinamismo, sostenido a lo largo de los años, ha permitido a Línea Directa consolidarse en poco más de una década como la 14ª aseguradora del Ramo por volumen de primas de forma completamente orgánica, es decir, sin recurrir a compras o fusiones.

Por su parte, el volumen de cartera de la Línea de Negocio de Hogar de Línea Directa se incrementó durante el pasado año en casi 55.000 pólizas, lo que ha permitido a la compañía alcanzar la cifra de 623.000 hogares asegurados, un 9,6% más que en 2018. De esta forma, la Línea de Negocio de Hogar aporta casi el 37% del crecimiento de cartera de la compañía y el 20% de la cartera total del Grupo, unas cifras considerables teniendo en cuenta el carácter no obligatorio del seguro.

Autogestión y experiencia de cliente

Uno de los ejes estratégicos del Plan de Digitalización de Línea Directa Aseguradora reside en la automatización de todos aquellos procesos que, por su naturaleza, pueden resolverse a través de la tecnología y la Inteligencia Artificial, lo que permite a los especialistas de la compañía focalizarse en aportar valor real al cliente. Ello supone la revisión de todos los procesos de negocio y soporte de Línea Directa, siempre con el objetivo de potenciar la autogestión de los asegurados, reducir los tiempos de espera y potenciar la sencillez de todos los trámites.

En 2019, La Línea de Negocio de Hogar ha implantado el direccionamiento inteligente de llamadas telefónicas sobre procesos de documentación, en virtud del cual, el sistema de atención telefónica identifica y atiende las llamadas relacionadas con las peticiones de documentación del cliente sin errores ni intervención humana de ningún tipo. Un caso de uso que, aunque está afectando a pocas llamadas, se irá ampliando acorde a las necesidades.

HOGAR, CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD

Sinergias con otras líneas de negocio

En 2019, se ha potenciado las sinergias y la venta cruzada con otras líneas de negocio, lo que incluye el regalo del seguro de dental de Salud; una operativa que ha tenido una gran acogida como herramienta de negociación. Además, la Línea de Negocio de Hogar se ha consolidado como un gran generador

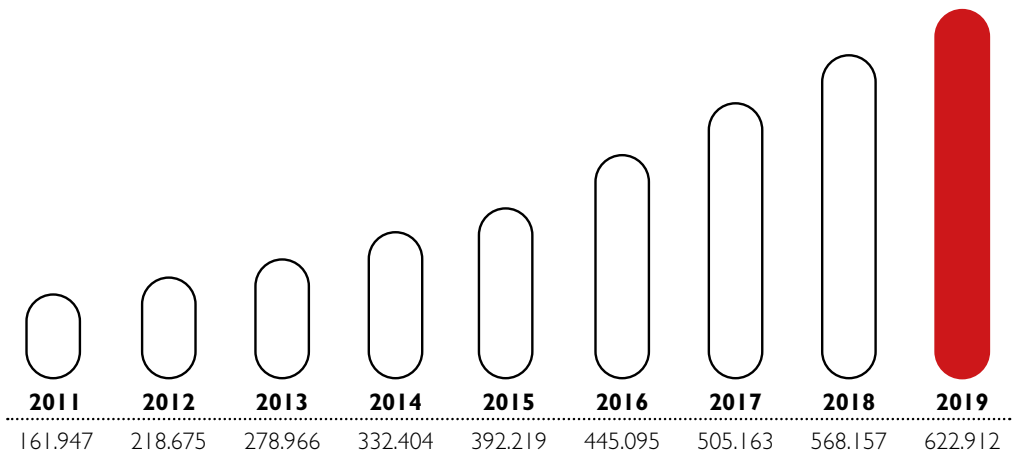
de demanda para el seguro de Salud, generando más de 73.000 leads durante el pasado ejercicio.

Por último, el seguro de Hogar de Línea Directa se ha adherido a SUMA, el plan de fidelización de la compañía, que permite al cliente acumular importantes descuentos en la renovación de su póliza.

“INQUILINOS CONTRA CASEROS. LOS CONFLICTOS EN LA VIVIENDA DE ALQUILER EN ESPAÑA”

En 2019, la División de Hogar de Línea Directa publicó el estudio “Inquilinos contra caseros. Los conflictos en la vivienda de alquiler en España” que analiza las condiciones de la vivienda de alquiler en España y los principales problemas entre inquilinos y caseros.

Una de las principales conclusiones del informe es que el 70% de los inquilinos españoles acusa a los caseros de alquilar viviendas “descuidadas” y en “mal estado”. Además, 3 de cada 10 inquilinos españoles reconocen haber tenido en alguna ocasión conflictos con su casero, principalmente por subidas abusivas del alquiler.



LA LÍNEA DE NEGOCIO DE HOGAR APORTA CASI EL 40% DEL CRECIMIENTO DE CARTERA DEL GRUPO.



OLGA MORENO,
DIRECTORA DE LA LÍNEA DE
NEGOCIO DE HOGAR

“La División de Hogar aporta ya el 37% del crecimiento total del Grupo y alrededor del 20% de su cartera de clientes, unas cifras que consolidan al producto como un valor seguro que, además de diversificación, aporta sinergias y oportunidades para el resto de Líneas de Negocio”.