

Diálogo con Miguel Ángel Merino.

Miguel Ángel Merino, Consejero Delegado de Línea Directa Aseguradora, analiza los resultados obtenidos durante el pasado ejercicio y reflexiona sobre los principales retos de 2021, entre los que destaca la salida a Bolsa del Grupo.

En año 2020 se cumplió el 25 aniversario de la creación de Línea Directa Aseguradora, un evento en el que participaste prácticamente desde sus inicios. ¿Qué valoración haces de todo este tiempo y qué crees que supuso la aparición de Línea Directa en el sector asegurador español?

Línea Directa supuso un antes y un después en la historia del sector asegurador español por varios motivos. En primer lugar porque su propuesta, sin intermediación ni redes de oficinas, le permitió trasladar parte del ahorro operativo al precio final del seguro sin reducir la calidad y el alcance de las coberturas. El éxito fue inmediato, mayor aún del esperado: en 4 años alcanzó el *break even* y en 5 años, el volumen de primas superó los 100 millones de euros. Esto produjo una reacción en la industria, que se vio obligada a cambiar su visión general del negocio para competir con nuestra oferta.

Otra aportación fundamental de Línea Directa al sector fue que transformó para siempre el concepto de servicio que, hasta nuestra aparición, era muy básico. Nosotros impulsamos un modelo de valor basado en la innovación y la tecnología y en un amplio abanico de servicios integrales que trascendían a la mera reparación de un coche. En este sentido, Línea Directa contribuyó decisivamente a cambiar el paradigma en la industria, ya que, hasta nuestra irrupción en el mercado, eran las compañías las que elegían a los clientes, mientras que ahora son los clientes los que eligen a las compañías.

El pasado año también es el décimo aniversario de tu llegada a la máxima dirección de la empresa, ¿Qué valoración personal haces de este periodo?

Ha sido, tanto en el ámbito personal como profesional, una experiencia extraordinaria e irrepetible. A lo largo de esta década la compañía ha experimentado un crecimiento muy notable en términos de facturación, cartera y rentabilidad, hemos entrado en el Ramo de Salud y se está preparando la conversión de Línea Directa en una sociedad cotizada. Además, hemos creado nuestra propia Fundación, se ha puesto en marcha el Plan estratégico de Digitalización y se han aprobado cuatro planes de Sostenibilidad que nos han permitido dotarnos de un potente activo reputacional ante a la sociedad.

Cuando empecé a trabajar en la compañía era difícil adivinar que, en sus 25 primeros años de vida, iba a facturar un total de 12.200 millones de euros y a generar casi 6.000 puestos directos de trabajo, por lo que podemos concluir que Línea Directa es un extraordinario caso de éxito construido día a día y póliza a póliza y que representa un verdadero antes y después en el sector asegurador.



Miguel Ángel Merino
Consejero Delegado (2010-actualidad)



¿Cuál es tu balance general del año 2020? ¿Cómo ha sido el comportamiento general de la compañía tanto a nivel financiero como corporativo?

Ha sido un año verdaderamente extraño, complicado y muy retador, que nos ha obligado a cambiar nuestra manera de pensar y de hacer las cosas debido a las circunstancias sociosanitarias y al entorno macroeconómico, que ha arrojado las peores cifras en décadas. A pesar de ello, el volumen de primas emitidas de Línea Directa en 2020 ha alcanzado casi los 899 millones de euros (+0,8%), pese a que el Ramo de Autos ha vivido un ligero decrecimiento producto del desplome en la venta de vehículos nuevos. Pese a ello, el decrecimiento sectorial fue mucho más acusado (-1,99%), debido, en gran medida, a que nuestro modelo de negocio es muy eficiente y dinámico.

El Ramo de Hogar de Línea Directa, a pesar del aumento de la frecuencia siniestral derivado del confinamiento y de las DANA, prosigue con su potente ascenso. En 2020, su facturación creció un 8,3%, más del triple que el resto de compañías, mientras que Vivaz, la marca de seguros de Salud del Grupo, sigue su proceso de expansión y maduración, alcanzando los 89.000 asegurados en solamente tres ejercicios, lo que ha permitido a la compañía superar los 3,2 millones de clientes de forma completamente orgánica.

En el ámbito de la rentabilidad, la compañía obtuvo un Beneficio antes de Impuestos de casi 180 millones de euros, un 26% más que en 2019, impulsada por el descenso de la siniestralidad en Autos y del Ratio Combinado, que alcanzaron un 61,6% y un 83,4%, respectivamente. Unos resultados que nos consolidan como un modelo de éxito en términos de eficiencia y rentabilidad ya que, a cierre de 2020, la compañía cuenta con un ROE del 35%, uno de los más altos de las aseguradoras europeas.

“La conversión de Línea Directa Aseguradora en una entidad cotizada constituye, probablemente, el hito más relevante en nuestra historia reciente.”

+80%
de clientes se comunican con la compañía a través de canales digitales.

La compañía afronta el reto de la salida a Bolsa con una enorme ilusión. ¿Cómo se está viviendo este desafío internamente y cómo ves a Línea Directa como sociedad cotizada?

La conversión de Línea Directa Aseguradora en una entidad cotizada constituye, probablemente, el hito más relevante en nuestra historia reciente. Cotizar en Bolsa constituye un verdadero reto: por un lado, nos permitirá incrementar nuestra autonomía y capacidad de decisión y, por otro, podremos poner en valor todo el potencial de la compañía en el mercado. Al mismo tiempo, la operación también supondrá salir del ámbito de seguridad de un accionista tan estable, rentable y modélico como Bankinter, por lo que, sin duda, exigirá lo mejor de nosotros.

La digitalización en esta época es fundamental para cualquier negocio. ¿Cómo la está enfocando Línea Directa?

Para nosotros, la digitalización es un proceso natural que se fundamenta en una firme apuesta por la tecnología, los servicios disruptivos y la innovación. En este sentido, la transición a los modelos operativos basados en la automatización, el *Big Data* y la Inteligencia Artificial, ha sido un paso relativamente sencillo para nosotros, ya que forma parte de nuestra cultura corporativa.

Nuestra visión de lo digital se fundamenta en potenciar la utilidad para el cliente, de ahí el *claim* de nuestro plan: “Más Digitales, más Útiles”, que condensa nuestra voluntad de aportar un valor añadido a cualquier gestión a través de la flexibilidad y la eliminación de trámites innecesarios. Por eso, más del 80% de los clientes de la compañía se comunican con nosotros a través de canales digitales, lo que nos consolida como un verdadero referente en el ámbito *on line*.

“El IV Plan de Sostenibilidad del Grupo Línea Directa Aseguradora recoge el compromiso de la compañía con los ODS y la Agenda 2030.”

En 2020 también entró en vigor el IV Plan de Sostenibilidad del Grupo, que estará vigente hasta 2022. ¿Qué novedades presenta y cuáles son sus principales características?

El Plan recoge el compromiso de la compañía con los ODS y la Agenda 2030, dos proyectos planteados desde Naciones Unidas. En concreto, nos hemos vinculado con objetivos muy diversos, entre los que destacan la salud y bienestar, la igualdad de género, el trabajo decente y el crecimiento económico, entre otros.

Para la elaboración del este Plan se realizó una amplia labor de consultoría que, entre otras cuestiones, incluía potentes análisis del sector, de los principales estándares de gestión ESG y de los índices de sostenibilidad más relevantes. El objetivo es consolidarnos como un referente en materia de reputación, un ámbito en el que, según MERCO, somos la 4ª aseguradora más potente pese a operar únicamente en tres Ramos.

Por último, ¿Cómo ves a Línea Directa en el futuro? ¿Cómo será la compañía dentro de otros 25 años?

Creo que Línea Directa está llamada a convertirse en una de las mayores aseguradoras españolas en todos los ámbitos; una compañía multirramo y multiproducto basada en la aportación de valor a los accionistas, a los clientes y a la sociedad en general. Debemos de reactivar el crecimiento en el Ramo de Autos, convertirnos en una de las 10 primeras aseguradoras de Hogar, consolidar el crecimiento experimentado por el Ramo de Salud y reforzar nuestro liderazgo en el ámbito digital.



“Línea Directa está llamada a convertirse en una compañía multirramo y multiproducto basada en la aportación de valor a los accionistas, a los clientes y a la sociedad en general.”